



Považský cukor

Member of Nordzucker Group

SweetFamily® Považský cukor

HISTÓRIA

Základný kameň fabriky, vtedy ešte Považského cukrovaru, sa položil v roku 1900 a už v nasledujúcom roku sa uskutočnila prvá cukrovarnícka kampaň. Pri vzniku cukrovaru, ktorý bol vo svojich začiatkoch známy ako „Vágvölgyi cukorgyár“, stála rodina Wolfvcov. Názov v maďarčine napovedal, v akom regióne sa cukrovar nachádza - Považie. Túto tradíciu si spoločnosť zachovala až dodnes a po rôznych zmenách, cez značku Považský cukrovar, sa nakoniec premenovala na Považský cukor. V prvých rokoch existencie cukrovar zamestnával 66 stálych zamestnancov a 84 nájomných robotníkov. Počas kampane však ich počet stúpol až na 700. V súčasnosti pracuje v cukrovare 180 stálych zamestnancov. Logo značky Považský cukor obsahovalo v minulosti tvar slniečka s lúčmi. V roku 2004 sa tento znak zmenil na poloblúk a lúče modrej a zelenej farby. Slnko reprezentuje fotosyntézu, proces vďaka ktorému rastie cukrová repa - základ podnikania spoločnosti. Modrá farba symbolizuje vecnosť, techniku a inovácie, zelená symbolizuje prírodu, poľnohospodárstvo a rast. Výrobky spoločnosti Považský cukor vystupujú od roku 2004 pod značkou SweetFamily, ktorá je spoločná pre rôzne trhy skupiny Nordzucker. Spoločnosť Považský cukor a.s. začala ako prvá na Slovensku v roku 2005



s delenou kampaňou. V jesennej kampani bežného roka spracuje cukrovar 60 % fažkej šťavy a v jarnej kampani nasledujúceho roka spracuje zvyšných 40 %. Počas vyše 100 rokov existencie prešiel cukrovar rôznymi organizačnými zmenami a zvyšovaním kapacity. Vývoj sa ustálil v roku 2004, odkedy cukrovar vystupuje v takej podobe, ako ako ho verejnosť vníma dnes - s podtitulom Member of Nordzucker Group (člen skupiny Nordzucker).

INOVÁCIE

Všetky produkty vyrábané či distribuované spoločnosťou Považský cukor sa vyznačujú vysokou kvalitou či už ide o cukor v priemyselných obaloch, alebo o spotrebiteľsky atraktívnejšie balenia. Napriek tomu, že kategória cukru sa môže zdať jednotvárna, práve šírka sortimentu spoločnosti a rôznorodosť použitia

produktov odlišuje Považský cukor od konkurencie. Spotrebiteľ sa na značku môže kedykoľvek obrátiť ohľadom tradičného použitia cukru, moderných receptov alebo experimentovania s produktmi cukru. Cieľovou skupinou značky sú najmä ženy, gazdinky v domácnosti, pričom ide o širokú vekovú skupinu od 25 rokov, u ktorej cukor vystupuje vo svojej tradičnej úlohe. Značka oslovuje rôznorodosťou produktov, komunikáciou s rodinami a tiež aktívnymi ľuďmi s moderným spôsobom života prostredníctvom trendových produktov, ako sú rôzne typy nerafinovaného cukru, želirovacieho cukru alebo produkty s obsahom glykozidov steviolu. S produktmi spoločnosti Považský cukor sa zákazník môže stretnúť prakticky vo všetkých obchodných sieťach na Slovensku prostredníctvom letákových akcií, v kaviarňach a samozrejme v médiách v rámci komunikácie obchodnej značky SweetFamily. V roku 2013 spoločnosť taktiež spustila jednoduchý formát receptového portálu, ktorého cieľom je dať príležitosť spotrebiteľom zdieľať medzi sebou zaujímavé a odskúšané recepty. Cieľom je vytvoriť užívateľskú knihu receptov s prehľadným postupom prípravy jednotlivých receptov a jednoduchým vyhľadávaním. Portál bude postupne obohatený o informácie o použiteľnosti cukru, zaujímavosti zo sveta cukru, videorecepty, ako aj základné informácie o produktoch SweetFamily a spoločnosti Považský cukor. Považský cukor spolu s obchodnou značkou SweetFamily, v minulých rokoch úspešne propagoval prislusnosť k slovenskej značke kvality, aby dal svojim zákazníkom jasný signál, že plní záväzok vyrábať kvalitné produkty so slovenským pôvodom. Spoločnosť reaguje aj na neutíchajúci záujem spotrebiteľov vyhľadávať nové produkty, o ktorých počuli, videli či priamo si ich vyskúšali v zahraničí. Prostredníctvom materskej spoločnosti Nordzucker tak Považský cukor prináša, na špecifický a objemovo malý trh, akým je Slovensko,



rozličné špeciálne druhy cukru, ktoré majú svoje miesto v dennom živote. Hlavným cieľom spoločnosti do budúcnosti je nepoľaviť a v náročnom trhovom prostredí rozširovať portfólio produktov značky SweetFamily. Cez kreatívnu komunikáciu sa spoločnosť približuje čo najviac k finálnemu spotrebiteľovi a podporuje dlhodobu budovanú povesť spoľahlivého výrobcu a predajcu kvalitných produktov a služieb. Investície a efektívny rast sú nástroje, ktoré spoločnosť používa na posilňovanie konkurencieschopnosti v medzinárodnom prostredí.

HODNOTA ZNAČKY

Tajomstvo úspechu značky Považský cukor spočíva v dlhodobej politike vo všetkých sférach podnikania spoločnosti, záujme o komplexné fungovanie cukrovarníctva v SR, od podpory pestovania cukrovej repy cez technologicky vyspelú výrobu až po

zákaznícky orientovaný servis. Spoločnosť tiež kladie vysoký dôraz na kvalitu produktov a služieb za dodržiavania najprísnejších noriem a štandardov pri transparentnej zamestnaneckej politike. Značka Považský cukor a prenesene aj obchodná značka SweetFamily reprezentujú tradíciu cukrovarníctva, ktorá je v povedomí spotrebiteľov spájaná s pozitívnymi asociáciami, nakoľko cukrovarníctvo vždy prinášalo pozitívne hodnoty pre spoločnosť ako sú práca, rodinné zázemie, spolupatričnosť a iné. Výsledkom spoločnej práce bol jeden zo základných produktov používaných v každej domácnosti - cukor. Značka Považský cukor sa viaže k dobre známemu regiónu Považia čím sa dostáva do povedomia ľudí v mnohých ďalších asociáciách (príroda v povodí Váhu, systém vodných diel, hradov, priemysel, obchodné cesty...). Dnes Považský cukor a.s. úspešne distribuje cukor do 10 krajín v rámci EÚ, čím jasne potvrdzuje svoje postavenie silnej spoločnosti v náročnom medzinárodnom konkurenčnom prostredí.

SPOLOČENSKY ZODPOVEDNÉ PODNIKANIE

Spoločnosť Považský cukor disponuje obmedzenými zdrojmi pre sponzoring, no zároveň si uvedomuje spoločenskú zodpovednosť. V oblasti spoločenskej zodpovednosti sa preto zameriava hlavne na podporu projektov s kultúrnym a spoločenským programom, súťažami či športovými aktivitami v blízkom regióne pre rodiny s deťmi. Spoločnosť tiež podporuje detské domovy alebo občianske združenia, ktoré organizujú rôzne tábory či stretnutia detí, vrátane tých s hendikepom.



JOZEF KOVÁČ
OBCHODNÝ MANAŽÉR

„Považský cukor a.s., založený v roku 1900, si desaťročia udržuje vysoký štandard v kvalite a zákazníckom servise. V poslednom období sa významnými investíciami a vďaka značke SweetFamily dostávame stále viac do povedomia verejnosti ako výrobca, ktorého produkty sú dôležitou súčasťou každej domácnosti. V našej práci budeme pokračovať tak, aby sme sa neustále posúvali ďalej.“

ZNAČKA A ČÍSLA

- 6 - NA VÝROBU JEDNÉHO KILOGRAMU CUKRU JE POTREBNÝCH 6 KILOGRAMOV CUKROVEJ REPY
- 8 - VÝROBA CUKRU OD VSTUPU REPY DO VÝROBNÉHO PROCESU AŽ PO VZNIK CUKRU TRVÁ 8 HODÍN
- 10 - SPOLOČNOSŤ POVAŽSKÝ CUKOR DISTRIBUJE CUKOR DO 10 KRAJÍN EURÓPSKEJ ÚNIE
- 30 - POVAŽSKÝ CUKOR DISTRIBUJE PRODUKTY V 30 RÔZNYCH BALENIACH
- 114 - CUKROVAR MÁ 114 ROKOV BOHATÚ TRADÍCIU
- 600 000 - DO CUKROVARU ZA KAMPAŇ (OD SEPTEMBRA DO DECEMBRA) PRIVEZÚ 600 000 TON REPY (CCA. 24 000 NÁKLADNÝCH ÁUT)