

Stark

TRŽIŠTE

Pitate li bilo koga u Srbiji, Hrvatskoj, Makedoniji ili Bosni koji proizvod je obeležio njihovo detinjstvo ili koja im je prva asocijacija na ukus njihove mladosti, sigurno će jedan od odgovora biti da su to Bananica, Smoki, Prima štapići ili čokolada Najlepše želje. To su brendovi uz koje se odrastalo, uz koje su stasavale generacije – upravo one koje su potom svoju ljubav prenosile i na svoje potomke. A svih tih proizvoda ne bi bilo da nema porodice Stark – zvanično najuspešnije domaće konditorske kompanije. Soko Stark je od novembra 2010. godine u sastavu Atlantic Grupe, multinacionalne kompanije sa sedištem u Zagrebu, koja u svom poslovanju objedinjuje proizvodnju, razvoj, prodaju i distribuciju robe široke potrošnje. Atlantic Grupa je jedna od vodećih kompanija u regionalnoj industriji hrane i pića. Sinergija unutar velikog poslovnog sistema omogućila je kompaniji Soko Stark otvaranje novih tržišta, jaču distribuciju, bolju pozicioniranost i plasman – što je osnov daljeg razvoja Starka i Grupe u celini. Ulaganje u već renomirane brendove, među kojima neki imaju regionalni, pa čak i globalni potencijal, doprineće ostvarenju dodatne vrednosti i ambicioznih poslovnih planova. Povratak na stara tržišta i osvajanje novih samo je logičan nastavak osnovne orijentacije od koje Soko Stark ne odstupa, a to je kvalitet, što podrazumeva primenu svih neophodnih mera za prepoznatljivu reputaciju preduzeća.

DOSTIGNUĆA

Soko Stark je 2012. godine proslavio veliki jubilej – 90 godina od nastanka svoje prve čokolade. Od tada pa sve do danas, ova fabrika gaji vrednosti kojima je i zadobila naklonost potrošača – tradiciju, poverenje, nepromenjen kvalitet i širok asortiman proizvoda. Njen najpoznatiji proizvod, čokolada Najlepše želje, svoju neodoljivost i višedecenijsku popularnost duguje jednoj tajni: pravi se isključivo od prirodnih sastojaka, a to su kakao, kakao-buter, mleko i šećer. Prva faza u proizvodnji je njihovo pažljivo mešanje i homogenizacija, a zatim masa prolazi kroz niz teških valjaka za usitnjavanje do nastanka malih čokoladnih čestica. Ova faza daje Najlepšim željama njihov specifičan ukus, miris, teksturu i finu topljivost. Sledi „končiranje“ koje je, u stvari, nastavak homogenizacije čokoladne mase, svih pažljivo odabranih sastojaka Najlepših želja i njeno oplemenjivanje na visokoj temperaturi. U tom procesu se formira čuvena aroma ove čokolade. Pažnja koja je uložena u izbor sirovina i dalji razvoj potvrđuje se kroz nagrade za kvalitet i tri godine

zaredom osvajanjem šampionski pehar Novosadskog sajma za celokupni čokoladni asortiman i posebne šampionske titule za Najlepše želje mlečnu čokoladu i čokoladu sa povećanim sadržajem kakao delova. Kako bi krajnji proizvod uvek bio čokolada jedinstvenog ukusa, kompanija Soko Stark konstantno unapređuje svoje pogone, pa je tako u poslednjih nekoliko godina ukupno uloženo preko 4,5 miliona evra u poboljšanje opreme za proizvodnju čokolade i automatizaciju pakovanja, a od momenta integracije u sistem Atlantic Grupe planirana je dalja modernizacija i proširenje pogona. Jedan od poslovnih ciljeva kompanije jeste i stalna inovacija asortimana, pa je samo u prošloj

godini Stark lansirao 34 nova proizvoda, što znači da je u odnosu na postojeći portfolio inovirana gotovo trećina proizvoda.

ISTORIJA

Te davne 1922. godine sve je pokrenula jedna želja. Kada je Danijel S. Pesmažu, francuski oficir, po povratku sa Solunskog fronta, ostao da živi u Beogradu, osnovao je na samoj obali Dunava, u Zemunu, fabriku za proizvodnju čokoladnih proizvoda. Upravo tada je nastala prva Starkova čokolada po imenu Roda, koja je bila preteča današnje čokolade za jelo i kuvanje Menaž. Pesmažuovu fabriku,

Soko Starka, kasnije preuzima majstor Franja Vaja, Vrščanin mađarskog porekla. Pod njegovom upravom ona opstaje i u teškim vremenima nacističke okupacije. Majstor Vaja, čovek koji je posedovao izuzetno veliko znanje o čokoladi i čokoladnim desertima, tvorac je i danas nadaleko čuvene Starkove Bananice. Po priči, Franjo Vaja je za nju dobio 1,5 dinara od ondašnjih vlasti kao nagradu za novi proizvod na tržištu. Kada bi on samo znao da je njegov penasti delikates bio, i još uvek je, najslada nagrada mnogim generacijama... Posle rata, fabrika je nacionalizovana i nastalo je novo preduzeće – fabrika čokolade i bombona „Nada Stark“, koja je ponela ime narodnog heroja Nade Stark, bombondžijske radnice iz Osijeka. Godine 1966. preduzeće je integrisano sa prvom pamom pekarom „Soko“, koja je osnovana trideset godina ranije. Tako je nastala Soko Nada Stark, fabrika keksa, čokolade i bombona ili – kako bi je mnogi iz milošte nazvali – fabrika slatkih snova!

PROIZVODI/USLUGE

Paleta Soko Starkovih proizvoda sadrži više od 100 artikala čokoladnog i brašnog asortimana, za čiju proizvodnju se koriste brižljivo odabrane i strogo kontrolisane sirovine. Osnovna orijentacija od koje Soko Stark ne odstupa je kvalitet iznad svega. U Starkovom portfoliju trenutno se nalaze tri kategorije proizvoda: čokolade, barsi i deserti – koji su deo dugogodišnje tradicije koja datira još s početka 20. veka. Danas, pored čuvenih Najlepših želja, Menaža i Bananice, čokoladni asortiman obogaćen je barsima – Sweet, Zaza, Kokodu, Fazon i Citro. Keksevi, čajna peciva i vafli izrađeni su od najboljih prirodnih sastojaka – žitarica, maslaca i jaja, prema tradicionalnim receptima domaće kuhinje. Brojna čajna peciva idealna su za početak svakog uspešnog dana. Stark kolačići, keksići, čoko keksići ili čoko kolutići lagana su poslastica. Napolitanke su postale prva asocijacija za prelivene vafli proizvode, dok su piškote, uz savremenu tehnologiju, sačuvala sve neophodne karakteristike bakine kuhinje. Snacks, grickalice proizvedene od najkvalitetnijih prirodnih sirovina, predstavljaju visokonutritivne namirnice za svaku priliku. A uvek je prilika za Smoki i Primu! Smoki je prvi proizvedeni flips u jugoistočnoj Evropi, toliko popularan da je postao generičko ime za grupu flips proizvoda. Ni Prima štapićima ne manjka na popularnosti jer oni donose uživanje koje bez grize savesti možete da podelite sa prijateljima i porodicom u trenutcima predaha. Tako retro, a opet tako novo iskustvo!

NAJNOVIJI PODOHVATI

Kompanija Stark konstantno radi na unapređenju palete svojih proizvoda, osluškujete potrebe svojih vernih obožavalaca i kreira



nove ukuse, pa tako čokoladu Najlepše želje sada možete naći sa preko 15 novih ukusa, dok je za najmlađe napravljena čokolada iz mašte – sa puno mleka i kakaoa, izlivena u male kocke, upakovana u šareno pakovanje, sa više različitih ukusa – i nazvana Najlepše željice. Smoki je dobio svog najmlađeg člana porodice – Smoki Smokića, koji se pored osnovnog već može naći i sa ukusima sira, kao i paradajz kečapa. I Čoko Smoki je dobio pojačanje, pa pored slatkog ukusa pomorandže i karamela ima

i osvežavajući ukus maline. Posle 75 godina Bananica je dobila svoje novo odelo, ali ostala jedina prava – jer ona može promeniti svoje pakovanje, ali ukus nikada.

PROMOCIJA

Specifičnost Starkovih proizvoda je ta što oni nisu postali čuveni uz pomoć reklame, kao što je to slučaj sa većinom poznatih brendova, već isključivo zahvaljujući kvalitetu i specifičnom ukusu samog proizvoda. Stark proizvodi su se kupovali iz ljubavi i predstavljali su simbol pažnje, poštovanja i najlepših želja za one kojima su darivani. Mnogo kasnije, u skladu sa savremenim trendovima u oglašavanju, pažnja je počela da se poklanja i reklamama koja je uvek u službi samog brenda. Ona služi kao podrška već izgrađenim, jasno pozicioniranim proizvodima kako na policama, tako i u srcima potrošača. Najbolji primer za to su uspešne i veoma zapažene kampanje za Najlepše želje, Smoki, Napolitanke i Bananicu. Najlepše želje promovisale su svoj proizvod ističući u prvi plan lepotu i radost darivanja, jer najlepše želje treba da želimo – kada god poželim! Naravno, i sebi i drugima. A Najlepše Želje nema žele kvalitete koji traje 90 godina! Kampanja Bananice aludirala je na to da se poslednjih 74 godina menjala moda, menjala se muzika, promenile su se ljubavi i stilovi – jedino je Stark Bananica ostala ista, onakva kakvom je se sećamo iz detinjstva. Uz nju smo odrastali, radovali se, zaljublivali, patili... Ona nas je činila srećnima jer sreću čine male stvari. Ali te male stvari je ponekada teško uočiti... Zato je Stark Bananica dobila novo odelo – kako bi je svi lakše prepoznali!

Smoki je svojoj kampanji dao mladalački i veseo ton, i dalje promovišući prave vrednosti, ali u mladalačkom duhu. Karakterističan hrskav zvuk ovog flipsa bio je inspiracija za poslednji reklamni spot, u kome se vidi da ljubitelji Smokija nisu samo deca već svi oni gladni zabave! Sa druge strane, Starkove Napolitanke koje imaju tradiciju dužu od pet decenija, upravo na tome i baziraju svoju kampanju, koja odiše toplinom porodičnog doma i mami vas da odmah gricnete ovaj slasni vafel proizvod!

VREDNOSTI BRENDI

Savršenim spojem tradicije i savremenih tehničkih dostignuća Stark je uspeo u onom što je san svake kompanije na svetu – da stvori „love marks“, proizvode koje, jednostavno, volite, bez obzira na sve. I što je veoma važno, vole ih svi – od najmlađih do najstarijih, bez starosnih, statusnih i drugih ograničenja. Takođe, kao jedna od glavnih vrednosti brenda nameće se kvalitet koji nalazi garanciju u broju potrošača koji se neprestano širi, kao i u prestižnim nagradama koje stoji iza kompanije Stark. Kvalitet proizvoda i poslovnih procesa, kao i zadovoljstvo potrošača i klijenata, primarni su interes Soko Starka. Stark teži da bude najbolji u onome što



radi i iz tog usmerenja proizlaze osnovni principi njihove politike kvaliteta. A ono što je okosnica svih vrednosti, bilo da je reč o brendovima ili drugim proizvodima i uslugama, to su tradicija i iskustvo. Ova dva tako povezana i isprepletena pojma ono su što sve vrednosti stavljaju na pijedestal i daje im potrebnu dozu kredibiliteta. A nakon 85 godina poslovanja, kompanija Stark prikupila je dovoljno iskustva i kroz konstantan rad i usavršavanje između svojih proizvoda i tradicije stavila znak jednakosti. Iz Starkove fabrike svake godine, kao rezultat praćenja svetskih trendova i kontinuiranog ulaganja u kvalitet i razvoj, izlaze proizvodi čija je posebna odlika receptura – tako sastavljena da odiše mirisom i duhom tradicionalne domaće kuhinje, i tehnološki proces proizvodnje – tako vođen da su sačuvana hranljiva svojstva prirodnih sirovina.

ONO ŠTO NISTE ZNALI SOKO ŠTARK

- Jedan od kurioziteta u Starkovoj proizvodnji jeste što i pored modernizacije procesa proizvodnje i ulaganja u nova postrojenja, u njoj i dalje postoji kutak u kome se čokolada pravi kao i pre 90 godina – ručno, sa puno ljubavi i pažnje. Zato se ručno pravljeni Figaro, čokoladni specijalitet sa bogatim lešnik filom, može naći samo u ograničenim količinama.
- Kompanija Stark je osnovana iz ljubavi. Njen osnivač, Danijel Pesmažu, francuski oficir po povratku sa Solunskog fronta se zaljubio, i iz ljubavi ostao da živi u Zemunu, gde je i pokrenuo proizvodnju čokoladnih proizvoda.
- Smoki – jedan od najvoljenijih domaćih brendova ima najveći broj fanova na Fejsbuku, čak preko 500.000!
- Jedno Starkove grickalice mogu da se jedu bez grize savesti jer su pravljeni od najkvalitetnijih prirodnih sirovina i predstavljaju visokonutritivne namirnice za svaku priliku.
- Za Najlepše želje se kaže da je PRAVA čokolada, jer se od drugih proizvoda na tržištu razlikuje po tome što se u nju uopšte ne dodaju biljne masnoće, već se pravi isključivo od čistog, visoko kvalitetnog kakao-butera!