

FLORES

Rad. E. Ubarovet®

TRŽIŠTE

Od kada je, davnog septembra 1985. godine, prodana prva boca, Žuta osa se vrlo brzo izdvojila kao jedinstven proizvod među drugim brendovima šljivovice. Značajno se organoleptički razlikovala od svih dotadašnjih vrsta šljivovica na tržištu, što je ostavilo izuzetan utisak na ukus kupaca. Njihovo poverenje je osvojeno naprečac, tako da proizvodnja Žute ose traje neprekidno do danas. Zadržavajući tradicionalni kvalitet, a u isto vreme unapređujući tehnologiju proizvodnje i kontrole kvaliteta, Žutoj osi renome neprestano raste. Ovo izuzetno žestoko piće osvojilo je najpre tržište Nemačke, a vrlo brzo potom pronašlo put do ljubitelja u Americi i Australiji. Danas se Žutom osom redovno snabdevaju tržišta Crne Gore, Bosne i Hercegovine kao i zemalja Evropske unije: Francuske, Nemačke, Slovenije, Austrije, Švedske i Švajcarske.

DOSTIGNUĆA

Žuta osa je, poštujući svoje kupce, uspela da ostane prepoznatljiva na tržištima bez obzira na vreme i uslove poslovanja u svojoj zemlji. Kvalitet je ključna reč za ovakav uspeh. Od samog početka znali smo šta se potrošačima nudi i šta potrošači očekuju od novog proizvoda. Primenili smo sva savremena znanja u oblasti tehnologije i kontrole kvaliteta alkoholnih pića.

Iz Žute ose je eliminisano ili svedeno na minimum sve ono što je štetno u šljivovici, a da tehnološki procesi nisu poremetili harmoničnost proizvoda. Smanjene su kiseline, estri, aldehidi kao i pojedina patočna ulja, a cijanidi, koji su, inače, prirodni sastojak koštičavog voća, gotovo eliminisani.



Prvi smo počeli sa kontrolom potencijalno karcinogenog etil karbamata, koji se javlja kao nus proizvod fermentacija i nalazi kako u žestokim pićima tako i u vinu, pivu, čak i u pojedinim mlečnim proizvodima, dakle, svuda gde je prisutna fermentacija. Količina tog jedinjenja u Žutoj osi se najstrože kontroliše već decenijama i nalazi se daleko ispod međunarodno dozvoljenih (maksimalnih) normi.

ISTORIJAT

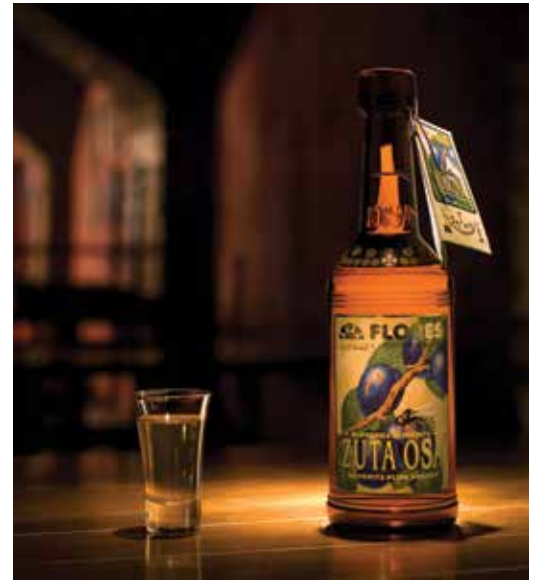
Kada je diplomirani inženjer Radiša Pljakić proizveo prvih nekoliko litara Žute ose, prvi degustatori bili su seljaci iz sela Kamenica. Čim su probali

njegovu šljivovicu, postavili su mu samo jedno pitanje: "Možeš ti da napraviš još ovakve iste?" I, već više od tri decenije proizvodi se ista - Žuta osa. Nakon dugogodišnjeg iskustva u proizvodnji alkoholnih pića, Radiša Pljakić 1985. godine osniva prvu firmu za proizvodnju alkoholnih pića u tadašnjoj Jugoslaviji, pod nazivom Flores. Sledeći tradiciju predaka, prvi proizvod koji je ponudio tržištu bila je Žuta osa, šljivovica jačine 45% alkohola. Od presudne važnosti za uspeh Žute ose bila je činjenica da je preduzeće osnovao čovek koji je već imao značajno iskustvo u prehrambenoj tehnologiji, ne samo u oblasti alkoholnih pića nego i u mesnoj industriji, u proizvodnji ribljih pašteta i pašteta od pečuraka, čajeva, slatkiša... Radiša Pljakić je, naime, bio osnivač "Miloduha" u Kragujevcu koji je proizvodio lincuru, jednu od najpopularnijih i najkvalitetnijih svetskih travarica, zatim je radio kao viši savetnik za ishranu u državnim institucijama i svojim razvojnim programom učinio je svetski poznatim neke brendove iz različitih geografskih područja bivše Jugoslavije. Te, 1985. godine, promene, političke i privredne osećale su se u vazduhu, kao i to, da privatna inicijativa u poslu više neće biti anatemisana. Posle uspeha prve Žute ose 1985. godine, na tržište izlazi Bela osa. Sa novim milenijumom, u paletu naših proizvoda ulazi i Žuta osa Superior koja predstavlja krunu tehnologije alkoholnih pića, jer odležava sedam godina u hrastovim bačvama. Uprkos ekonomskim sankcijama Žuta osa nastavila je život na stranim tržištima pronalazeći uvek put do svojih ljubitelja.

PROIZVODI/USLUGE

Uskladiti parametre kvaliteta i normi zdravstvene ispravnosti koje se razlikuju u zemljama uvoznicama nije lako. Da bismo pratili sve parametre kvaliteta i zdravstvene ispravnosti proizvoda, naročito u vremenu kada laboratorije u zemlji nisu radile potrebne analize, opremili smo svoju laboratoriju sa najsavremenijim uređajima. Danas se naša laboratorija ubraja u najopremljenije u zemlji. Posедуje tri gasna hromatografa sa masenim detektorom (GC-MS), gasnim hromatografom (GC), četiri sistema tečne hromatografije (HPLC) spektrofotometrijom FTIR i UV-Vis kao i atomskim apsorberima sa plamenom i grafitnom tehnikom. Zahvaljujući ovakvoj tehnologiji, članovi smo mnogih





međunarodnih asocijacija kao što su OIV i AOAC International, prema čijim se smericama i metodama vrše i kontrole zdravstvene ispravnosti proizvoda. Ulaže se i u najsavremeniju opremu za punjenje i pakovanje, tako da sada imamo tri linije za automatsko punjenje i pakovanje boca zapremine od 0,05 pa do 1 litar. Posedujemo i skladišne kapacitete sa drvenim i inoks sudovima kapaciteta preko 600.000 litara, u radnom kompleksu koji se prostire na četiri hektara zemljišta.

U proizvodnji se ulaže i kroz kooperante, finansirajući proizvodnju šljivice preko 95 hektara. Sa većinom saradujemo više od 25 godina, na obostrano zadovoljstvo i razumevanje. Takav poslovni odnos je ujedno doprineo razvoju i opstanku voćarstva u velikom delu Šumadije. Pored brenda Žuta osa postoji i Bela osa, šljivovica proizvedena po istoj tehnologiji. Razlika je u tome što Žuta osa odležava u hrastovim burićima četiri godine, dok Bela osa odležava u inoks sudovima. Otuda i vizuelna razlika u boji i organoleptici proizvoda.

Srpska loza, rakija od grožđa, još jedan je izuzetan proizvod firme Flores. Tržištu su ponudeni i novi brendovi: Tribal šljivovica, Moesia prima rakija od grožđa i, prvi put kod nas, Flores aquavit, piće prepoznatljivo na severu Evrope. Pokreće se i proizvodnja Sambuke, takođe prve u zemlji.

Nastavlja se sa novim proizvodima, putem koji više od tri decenije utvrđuje Žuta osa. Neprestano pratimo nova tehnološka dostignuća i osluškujemo zahteve kupaca, sa ciljem da se izdvojimo u velikoj konkurenciji i raznovrsnim zahtevima raznih i različitih tržišta. Jedini kompromis koji nećemo praviti jeste kvalitet proizvoda, jer je on, zajedno sa jedinstvenom ambalažom, imao presudnu ulogu u nastanku i opstanku ovoga brenda.



Stalni nivo kvaliteta ključ je uspeha ovog brenda, a Žuta osa nastavlja da živi kao jedan od najprepoznatljivijih domaćih brendova.

NAJNOVIJI PODUHVA TI

Najznačajnije tržište Žute ose su, pored Evrope, Sjedinjene Američke Države, gde se vodeća srpska šljivovica prodaje bezmalo četvrt veka. Kao simbol tradicionalnog domaćeg pića, više od dve decenije zastupljena je i na tržištima Australije i Novog Zelanda, sa istim renomeom - najprodavanije srpske šljivovice. Svi naši distributeri, sa kojima imamo dugu i postojanu saradnju, naša su veza ne samo kroz promet robe, nego i putem marketinških aktivnosti - prenose nam verne utiske zajedničkih kupaca na inostranim tržištima. Naročito nas raduje činjenica da Žutu osu na stranim tržištima sada sve više kupuju domaći kupci, za razliku od početka, kada su je kupovali ljudi poreklom sa našeg tla. Upravo to je jedan od najvećih uspeha Žute ose, ali i velika obaveza za budućnost.

PROMOCIJA

Od kada se Žuta osa pojavila se na tržištu SFRJ i opstala do danas, u doba tržišne ekonomije, dogodile su se krupne promene koje su uticale na tokove marketinga. Osamdesetih godina prošlog veka postojala su samo velika društvena preduzeća koja su imala veliku proizvodnju, ali relativno mali broj robnih marki - među dvadesetak velikih proizvođača alkoholnih pića svako je imalo svega jednu ili dve robne marke šljivovice, što je na tržište donosilo dvadesetak robnih marki šljivovice. Sada imamo više stotina proizvođača u Srbiji, od malih radnji do velikih kompanija, a svaka od njih ima u svom asortimanu barem dve robne marke samo za šljivovicu, što znači čak oko hiljadu robnih marki šljivovice, samo na domaćem tržištu.

Ovolike razlike u broju preduzeća i broju proizvoda na tržištu iziskivale su i veliku veštinu u plasmanu proizvoda, kako na domaćem tržištu tako i na inostranom.

VREDNOSTI BREND A

Žuta osa je proglašena u Briselu za piće koje je obeležilo dvadeseti vek. Za to prestižno priznanje još 1999. godine dobila je Oskara. Osvajač je više od 20 zlatnih medalja na međunarodnim sajmovima, od Brisela,

Pariza i Madrida do Moskve i dalje, a od toga čak dve zlatne medalje Monde Selection. Nisu izostala ni domaća priznanja i nagrade, među kojima se izdvaja titula "Najbolje iz Srbije".

Uporedo sa proizvodnjom i kvalitetom, vodi se računa i o zaštiti robne marke Žuta osa, tako da danas ova jedinstvena srpska šljivovica kao industrijski žig uživa zaštitu u preko devedeset zemalja sveta - od cele Evrope, sve do Kine, Australije, SAD-a, Kanade, Brazila i drugih zemalja. Radi se i na izradi posebne boce koja je takođe predmet međunarodne zaštite. Jednom rečju, kompletan imidž Žute ose postaje prepoznatljiv. U samu robnu marku Žuta osa uloženo je mnogo od međunarodnih zaštita pa do promocija i osvojenih nagrada, tako da vrednost brenda nije potrebno dalje procenjivati. Dovoljno je istaći da proizvod koji donosi profit i koji stoji u samom vrhu već trideset i tri godine - dovoljno govori sam za sebe.

ONO ŠTO NISTE ZNALI

FLORES ŽUTA OSA

- Oko 70% prinosa šljive u Srbiji ili, u proseku, 424.000 tona godišnje, odlazi u proizvodnju šljivovice.
- Šljivovica je nacionalno piće Srbije, odakle se njena receptura proširila i na Hrvatsku, Bugarsku, Makedoniju, Sloveniju, Rumuniju, a proizvodi se i u Češkoj, Poljskoj i Slovačkoj.
- Narodno predanje je pravljenje rakije najpre pripisalo đavolu, a vina svecu, ali, kada je Sveti Sava probao rakiju, blagoslovi ju je, a đavola oterao.
- Šljiva je zauzimala važno mesto još u voćarstvu srednjovekovne Srbije, da bi u doba turske uprave intenzivna kultura šljive u narodu potisnula ranije veoma razvijeno vinogradarstvo.
- Polovinom 19. veka Vuk Karadžić u svom Srpskom rječniku pominje čitav niz raznih sorti šljiva, precizno opisujući autohtonu crvenu ranku, najstariju domaću rakijisku sortu šljive.
- Srpska reč rakija potiče od staroindijske reči arak ili rak, a označava alkoholno piće koje je u staroj Indiji pravljeno najpre od pirinča, a kasnije od drugih biljaka.

