

Fornetti Kft.

Története

A Fornetti úttörő szerepet vállalt egy új fogyasztási kultúra, a helyben sült, fagyasztott pékáruk országos meghonosításában. Mindig saját utat járt termékeinek fejlesztése során. Hamarabb mutatott be alternatívákat a fogyasztóknak - például a kimérve árusított mini termékekkel - mint ahogy az igényként megfogalmazódott volna bennük. Sikereit és termékeit a versenytársak közül sokan csak a Fornetti által kialakított trend alapján tudták követni. A Fornettinek sikerült ötvözni a jó minőségű magyar alapanyagot a kiváló technológiával és a magyar leleményességgel.

A Fornetti Magyarországon közvetlenül 800 dolgozónak biztosít megélhetést, külföldi leányvállalatnál pedig további 500 főt foglalkoztat. A vállalat 2014. évi árbevétele közel 22 milliárd forint volt.

A Fornetti fejlődéstörténetében 2015. augusztus 5-én gyökeres változás következett be. Ezen a napon a svájci-ír ARYZTA AG tulajdonába került a Fornetti cégcsoport. Az Aryzta AG a világ harmadik legnagyobb fagyasztott pékárut forgalmazó cégcsoportja; négy kontinensen üzemeltet sütőipari vállalatokat több mint 60 márkanév alatt. Európában az eddigi 23 márka mellé került be huszonnegyedikként a Fornetti, így a 10 országban működtetett hálózatát bővítette 3 új országgal.

A vállalatot a zürichi mellett és az ír tőzsdén is jegyzik. Az ARYZTA vállalatcsoport bővülését elsősorban szakmai befektetésekkel és akvizíciókkal biztosítja. Szakmai befektetőként több neves nyugat-európai sütőipari cég, úgy mint a „Cuisine de France”, „LaBrea Bakery”, „Klemme” sikeres terjeszkedésében vállalt szerepet. Az Aryzta vállalatok sikerének a egyik kulcsa a csoport kiemelkedő összesített kutatás-fejlesztési potenciálja, a másik sikertényezőt pedig a és a diverzifikált értékesítési csatornáik jelentik. Az Aryzta csoport tagvállalatainak termékeivel a vásárlók többek között a vezető kiskereskedelmi láncok üzleteiben, benzinkút hálózatok boltjaiban, szállodákban, gyorséttermekben, repülőtereken és vasútállomásokon is találkozhatnak.

Gyárak

Az évek során olyan modern, a partnereit biztonsággal kiszolgáló gyártóbázist épített ki, amely naponta 160 tonna termék előállítására képes. A 2 magyarországi és 1-1 romániai illetve bulgáriai gyára automatizált, modern gépsoraival biztosítja ezt a kapacitást. A Fornetti Holding 4 üzemében összesen 18 400 m² üzemi területen folyik a gyártás Magyarországon két helyen: Kecskeméten és Kiskunfélegyházán, valamint Romániában Temesváron és Bulgáriában Ihtiman-ban. A Fornetti gyárak belső kialakítását a termékek optimális előállítását szolgáló, letisztult szakmai koncepció, és az ennek megvalósítására kifejlesztett berendezések határozzák meg. Termelésük rugalmas, hetente több mint 100féle terméket gyártanak együttvéve. Tevékenységük ellenőrzött, a modern feldolgozó vonalak mellett 630 magasan képzett dolgozó biztosítja az állandó minőséget.

Minőség

A Fornetti közel két évtizedes történetét legfőképp az jellemzi, hogy kiváló minőségű termékeivel kiemelt figyelmet fordított a fogyasztók biztonságára mind élelmiszerbiztonsági szempontból, mind pedig a termékekhez felhasznált alapanyagok kiválasztásában. A biztonságos élelmiszer előállításának érdekében évek óta tanúsított minőségirányítási és élelmiszerbiztonsági rendszereket működtet, gyárai rendelkeznek IFS Food, FSSC 22000 tanúsítványokkal. A minőség állandóságát az ellenőrzések mellett a folyamatos képzések és a folyamatos rendszerfejlesztés biztosítják.

Fenntartható fejlődés

Piacvezető vállalatként és hagyományai miatt a Fornetti kötelességet érez a társadalom, a tevékenységi területén élők segítése, támogatása iránt. Sikereik hosszú távú alapját képezik az erőforrásokkal való tudatos, felelős gazdálkodás, a környezeti értékek megóvása. A kiváló minőségű fagyasztott termékeinek előállításához elengedhetetlenek a minőségi alapanyagok, a víz és az energia éppúgy, mint munkatársainak szakmai hozzáértése.

Innováció

Termékinálatát a finom pékáru mellett széles napi fehér pékáru kínálat képezi, kiegészítve a mai trendeknek megfelelő, folyamatosan bővülő food-os kategóriával. Alapvető vezérelve, hogy a terméket a gyártástól a vevőig kíséri. Ennek eléréséhez elengedhetetlen egy olyan komplex szolgáltatáscsomag, mely a fagyaszott pékáru értékesítésén túl teljes körű know-how biztosítását foglalja magába, valamint az egyszerű, felhasználóbarát technológia révén a sztenderd minőségű késztermék előállítását a lehető leggyorsabb módon teszi lehetővé.

A Fornetti a legjobb minőségű természetes alapanyagokat dolgozza fel és törekszik a legjobb élettani hatású termékek felhasználására. Házas jellegű termékeket nagyüzemi körülmények között állít elő, úgy hogy az eredeti receptúrák semmiben sem szenvednek csorbát, viszont élvezik a modern, automatizált üzem nyújtotta ipari biztonság, pontosság, higiénia és állandó minőség előnyeit. Példaértékű, hogy a Fornetti már 2007 óta használja gyártásában a hidrogénezési eljárástól mentes margarint, amely transz-zsír-sav tartalma kevesebb mint 1%, megelőzve így évekkal azt a követelményt amelyet 2015-ben tett kötelezővé a magyarországi jogalkotó valamennyi csomagolt élelmiszerre vonatkozóan. A termékfejlesztők figyelembe veszik a táplálkozástudomány legújabb kutatási eredményeit, munkájuk során együtt dolgoznak a különböző szakterületek kiemelkedő kutatóival, hogy a tudomány legfrissebb nemzetközi eredményeit ízletes, „mindig meleg” péksütemények formájában adják át a fogyasztóknak. A termékfejlesztésben évente közel 300 új mintatermék készül. A folyamatos beruházások megteremtik a technológiai háttérét annak, hogy a kutató-fejlesztő munka eredményeként új termékcsaládokkal találkozhatnak a Fornetti kedvelők: az adalékanyag és tartósítószer-mentes különleges íz-kovással készülő kenyérral, a zöldséges kenyér-jellegű termékkel, amelynél 30-40 százalékban friss zöldség váltja ki a lisztet, az egészségtudatos vásárlói igényeknek megfelelő magvas termékekkel (több magvas, kukoricás, tönkölyös, rozsos, burgonyás stb.), illetve a jelleg, és technológia adta lehetőségeknek megfelelően egyes hagyományos Fornetti termékekben is megjelenik az egyedi tokaji élőflóra.

Tokaji borvidék mustjából kinyert íz-kovász állományt javít, harapási élményt fokoz, frissességet őriz, morzsalékonyságot csökkent. A szinte 100%-os pékélesztős termékekkel szemben hagyományos kovászos terméket eredményez lehetővé téve a magyar pékipar kiváló hagyományainak alkalmazását, figyelembe véve a hazai fogyasztási szokásokban a kenyér és kenyér jellegű termékek fontosságát.

Termelés

A Fornetti üzemekben a termelés a fejlett automatizált gépsorokon valósul meg. Alapanyag raktárunkba a raktáros előírás szerinti, csakis rendszerben elfogadott minőségi megfelelést igazoló bizonyítvánnyal rendelkező anyagot vehet át. A beérkezett alapanyagok csak akkor kerülhetnek termelésbe, ha paramétereik és a saját laboratórium által-, terv szerinti mikrobiológiai vizsgálatok eredményei megfelelők.

Magyarországon hetente több mint 100 mikrobiológiai vizsgálatot végez a belső laboratórium. A vonalkódos anyagkezelés pontosan követhetővé tesz minden felhasznált anyagot. Így minden termékről pontosan tudjuk, hogy milyen összetevők épültek be a feldolgozás során, ezek az összetevők mikor, honnan és milyen minőségi paraméterekkel érkeztek be az üzembe. A termék előállítás biztonságos, amelyet az ellenőrzött alapanyagok és a végfogyasztóig tartó állandó és rendszeres ellenőrzések garantálják. Nem megfelelő értékek esetén a rendszer jelez. Ennek alapján azonnali beavatkozásra nyílik lehetőség, minimalizálva a lehetséges nem megfelelő termék mennyiséget. A higiéniai és gyártási paraméterek ellenőrzésére a Fornetti egy saját fejlesztésű rendszert alkalmaz, amely objektív alapokra helyezi az ellenőrzéseket. A mobil rendszer elemei: számítógép, ehhez csatlakoztatott mérleg, digitális hőmérő, fényképezőgép.

A termelés kiszámítható, pontosságát az erőforrások és a technológia állandó felügyelete biztosítja. A termékminőség standard, minden üzem összehangoltan, ugyanazzal a technológiával állítja elő a termékeket.

Fornetti üzletek

Magyarországon egyike volt azon vállalkozásoknak, amelyek felismerték a franchise működés előnyeit és az elsők között építette ki franchise hálózatát. Mára a cégcsoport 9 termékcsaládjának 200 pékáruféleségét több mint 1800 „in store bakery”, vagyis „pékség a boltban” típusú üzletben, valamint több mint 1500 franchise sütési ponton forgalmazzák.

A Fornetti üzemeiben megkövetelt magas színvonalú gyártás mellett elengedhetetlenül szükséges a partnereink üzletfejlesztési támogatása is. Az üzletek kialakítását a Fornetti kulcsrakész megoldással segíti. A Fornetti saját tervező és kivitelező csoporttal segíti a partnerit üzletük kialakításában, technológiai beüzemelő szakemberei végzik az üzletek dolgozóinak betanítását, a kereskedelmi - marketing csapat pedig üzleti koncepciójuk elkészítésében segít. A Fornetti mindig is sokféle megoldást kínált mind a vevői, mind a partnerei számára, ennek érdekében 2015-ben bútorüzemet alapítottak, aminek a segítségével lehetővé teszi a Fornetti Csoport számára, hogy a korábbi időkhöz képest háromszor annyi segítséget és támogatást nyújtson a partnerei számára. A Fornetti lett 2009 franchise hálózata, amely elismerést a Magyar Franchise Szövetség Díjkiosztó Gáláján vehettek át.

A Fornetti ma Közép-Kelet-Európa legerősebb fagyasztott termékeket gyártó sütőipari vállalatoként jelentős szerepet tölt be a kis- és nagykereskedelmi szektorban. A Fornetti cégcsoport legfőbb értékesítési csatornáit retail piaca, „in store bakery” típusú bolthálózata, franchise hálózata, valamint a horeca ág képviseli, melyek elvárásainak megfelelően széles körű kínálattal rendelkezik, kielégítve az egyes piacok egyedi elvárásait. 11 országban van jelen, több mint 2000 áruházban átlagosan évi 16.000 tonnás forgalmazással. Fornetti termékeket naponta közel 1 millió ember fogyasztja.

Kommunikáció

A vállalat és partnerei szigorú arculati előírások mellett végzik marketingkommunikációs tevékenységüket. A 2013-ban megkezdett és 2014 tavaszán összegzett márká-imázs kutatás azt mutatta, hogy a vásárlók elvárják, hogy a pékség megjelenésével is megpróbálja kiemelni hűségüket. Ideális pékségnek fogyasztó szemmel a következő funkciók birtokában kell lennie: esztétikus termékkihelyezés; frissesség; változatos ízek; megvilágítás; tisztaság; igényes design elemek; szezonális ajánlatok, akciók; állandó minőség; gyors kiszolgálás. Piacvezető pékárú forgalmazóként és franchise átadóként a Fornetti Kft. elkötelezte magát a fogyasztói igényeknek való maximális megfelelés mellett. A fent felsoroltakat végigtekintve és átgondolva jutott a menedzsment arra a döntésre, hogy jelentős anyagi tehervállalás ellenére is végrehajtsa a designváltást, hiszen ez egy olyan befektetés, mely ebben a kiélezett piaci versenyszituációban, a vevői lojalitás és piacépítés szempontjából a biztos és hosszú távú siker kulcsa a Fornetti család kezében. Az árazás tekintetében intenzív akciós politikát is folytat a vállalat. Szinte minden hónapban van 2-3 új terméke, amelyeket 20% árkedvezménnyel vezetnek be a piacra, ehhez intenzív kommunikációs kampányok kapcsolódnak.

A Fornetti gazdasági súlyának megfelelő mértékben veszi ki részét a társadalmi felelősségvállalásból. Természetesen ez elsősorban küldetésében, szakmai munkájában, üzemei működési körzetében, munkatársai és gazdasági partnerei, azok családtagjai életminőségében jelenik meg legfőképpen. Működési területén kiemelten támogatja a szak- és felsőoktatásban résztvevők képzését, a lakosság komfortérzetét, egészséges környezetét és közbiztonságát segítő szervezetek, alapítványok működését. Országos, sőt határon túl ívelő a gyermekek és fiatalok gyógyulását, rehabilitációját, egészségmegőrzését rendszerbe fogott támogató tevékenysége a Fornetti a Szívbeteg Gyermekekért Alapítványán keresztül.

Ezen túlmenően elsősorban ugyancsak gyermekeket, fiatalokat segítik a különböző rendezvényekhez, sporteseményekhez kapcsolódó támogatások, amelyek egyrészt termékek formájában (évente több tíz tonna), másrészt anyagi támogatásban jelennek meg. Például rendszeresen Gyermeknapokon, a Magyar Triatlon Szövetség működésében és versenyein, profi és amatőr sportegyesületek, sportklubok és versenyek támogatásában, ifjúsági találkozókra történő jelenlétben.

Évről-évre saját akciókkal, játékokkal is jelentős anyagi, illetve termék-támogatáshoz juttat iskolai közösségeket, például 2012-13-14-ben az „Osztálykirándulás” általános iskolai osztályokat, 2013-14-

ben a „Szalagavató játék” és a „Tablóverseny” középiskolás osztályokat. A gyermekek ismeretszerzéséhez, testmozgásához járul hozzá játékos formában évről évre a 2013-ban indított „Rókalandozó” játék, amely egyéni versenyzőket, osztályközösségeket és iskolákat juttat jelentős összegű (elsősorban sportszer és sporteszköz) támogatáshoz.

Korosztálytól függetlenül az ország egész területén a különböző szakmai és tudományos konferenciák, kulturális események, találkozók rendezéséhez nyújtott támogatások. Számos egyesület, alapítvány munkáját segíti támogatásával.

2015. szeptember 10-én a kecskeméti Fornetti gyár volt az egyik kiemelt állomása az immáron 10. alkalommal megrendezett Coop Rally-nak. A közel 100 csapat részvételével zajló baráti versengés célja, hogy erősítse az együttműködést a magyar üzletlánc partnerei között.

2015-ben Mikulás napi jótékonyági rendezvényen a a Noir Színház az SOS Gyermekfalvak részvételével jótékonyági előadást szervezett hátrányos helyzetű gyermekek számára a budapesti Duna Palotában. A rendezvény a Fornetti Kft. támogatásával egészült ki. Az igazán téli hangulatú, látványos előadásra az SOS Gyermekfalvak kecskeméti, illetve községi területéről érkezett közel 250 gyermek és nevelőszülő, valamint részt vettek az alapítvány budapesti irodájának munkatársai is.

Források:

- fornetti.hu
- Interjú Vidács Gyulával, a Fornetti kereskedelmi igazgatójával. partnerinfo.eu
- A Fornetti lett 2009 franchise hálózata. HVG (2010. jan. 22.)
- Keletre vitt gyártást hazánkba a Fornetti. mfor.hu (2010. márc. 18.)
- Svájci multi vette meg a Fornettit. Index (2015. aug. 5.)
- Eladták a Fornettit. portfolio.hu (2015. aug. 5.)
- Milliárdokkal gazdagodott a magyar milliárdos. Napi.hu (2015. aug. 6)

Kérdések-feladatok BA szakos hallgatók számára

1. Készítsen makro környezeti (STEEPLE) elemzést a Fornetti Kft. számára!
2. Mutassa be a Fornetti Kft. hazai és nemzetközi versenykörnyezetét!
3. Miként szegmentálható a fagyasztott pékárú piac, milyen szegmensek különíthetők el? Hogyan alkalmazná az STP modellt? Mutassa be a vásárlás lehetséges szituációt, folyamatát és legfontosabb meghatározó tényezőit!
4. Tervezzen marketingkutatót egy új pékárú fejlesztésének előkészítésére! A kutatási terv térjen ki a kutatási problémára, a kutatás céljára, a primer kutatás részletes módszertanára! Állítson össze egy legalább tíz kérdésből álló kérdőívet!
5. Értékelje a Fornettit, mint márkát a márkaépítés sajátosságai alapján!
6. Vizsgálja meg a cég termékeinek kiskereskedelmi eladáshelyi környezetét, a választékot és a késztermékek csomagolását! Tegyen javaslatot a fejlesztésre!
7. Elemezze Fornetti Kft. értékesítési csatornáit! Milyen javaslatokat fogalmazna meg az értékesítés fejlesztésére a jelenlegi értékesítési gyakorlatához?
8. Mutassa be a Fornetti Kft. esetében alkalmazott, lehetséges marketingkommunikációs mixet, térjen ki a belső kommunikációra is!
9. Értékelje a cég innovációs tevékenységét! Tervezze meg egy új termék bevezetését a piacra a Fornetti Kft. számára!
10. Elemezze és értékelje a cég által alkalmazott árképzési politikát, gyakorlatot!

Kommunikáció szakirány + kérdése:

1. Tervezzen kreatív anyagot, pl. plakátot a Fornetti Kft. egy új terméke számára!
2. Tervezzen egy sajtótájékoztatót a Fornetti Kft. számára, amelyen bemutatják a márka új nagykövetét!

3. Készítsen kampánytervet a Fornetti Kft. számára a franchise partnerek számának bővítésére!
4. Milyen CSR program, tevékenység kialakítása lehet célszerű a cég számára?
5. Milyen válságszituációk jöhetnek szóba a Fornetti Kft. életében? Válasszon ki egyet és tegyen javaslatot a válságkommunikáció megoldásaira!

Értékesítés szakirány + kérdése:

1. Vizsgálja meg a franchise hálózat értékesítésben betöltött szerepét, gyakorlatát!

2. Tegyen javaslatot SP-eszközök alkalmazására a Fornetti termékek esetében!
3. Milyen javaslatokkal élne a pékáruk esetében a kategóriamenedzsment terén, egy szabadon választott hipermarket üzletben?
4. Milyen szerepe van a logisztikának az fagyasztott pékáruk értékesítésében? Fogalmazzon meg javaslatokat!
5. Ismertesse Fornetti termékek HORECA szektorban alkalmazott lehetőségeit!

Kérdések-feladatok a Marketing mesterszakos hallgatók számára

1. Készítsen makro környezeti (STEEPLE) elemzést a Fornetti Kft. számára!
2. Mutassa be a Fornetti Kft. hazai és nemzetközi versenykörnyezetét!
3. Készítse el a cég marketingstratégiájának logikai vázát, értelmezze azt a vállalati stratégia viszonyában, az integrált megközelítésre épülően. Miként jellemezhető a cég marketingstratégiai gyakorlata, melyek a jellemző típusjegyei? Mutasson rá a stratégia realizálási és mérési dimenzióinak sajátosságaira!
4. Tervezzen marketingkutatót az ügyfél, a vevői elégedettség mérésére! A kutatási terv térjen ki a kutatási problémára, a kutatás céljára, a primer kutatás részletes módszertanára és tartalmára vonatkozóan! Mutassa be a primer kutatás valamely elemét (interjú, kérdőív stb.)!
5. Értékelje a Fornettit, mint márkát a márkaépítés sajátosságai alapján! Elemezze a márkaértéket és mutassa be a sikeres márkaépítés tényezőit! Miként értelmezné az employer branding feladatait a cég esetében?
6. Elemezze a Fornetti értékesítési menedzsment gyakorlatát, csatornáit belföldön! Milyen javaslatokat fogalmazna meg az értékesítési menedzsment jelenlegi gyakorlatának fejlesztésére?
7. Vizsgálja meg a Fornetti Kft. nemzetközi piaci aktivitását, fejlesztésének lehetőségét, lehetséges stratégiai irányait!
8. Mutassa be a Fornetti Kft. esetében az integrált kommunikáció kialakításának lehetőségeit, feladatát!
9. Értékelje a cég innovációs tevékenységét, az innováció-marketing alkalmazási megoldásait! Mutassa be a marketing feladatait egy új termék fejlesztése, bevezetés kapcsán! Milyen marketinginnovációkat lehetne értelmezni a cég gyakorlatában?
10. Elemezze a cég marketing-szemléletét a marketing korszakainak (2.0, 3.0, 4.0) tükrében. Milyen kapcsolódások, aktivitási lehetőségek adódhatnak, lehetségesek a cég számára a társadalmi marketing ügyekhez, modellekhez, megoldásokhoz kapcsolódóan?

Beszerezés-értékesítés szakirány

1. Elemezze a fagyasztott pékáru piac beszerzési csatornáit, megfontolásait! Milyen javaslatokat fogalmazna meg a beszerzési stratégia, menedzsment fejlesztésére?
2. Elemezze a korszerű információ- és kommunikációs technológiák (IT) használatának lehetséges gyakorlatát a cég értékesítési tevékenységében!
3. Mutassa be az ügyfél-menedzsment (kapcsolat, elégedettség, érték) lehetséges irányait a cég fogyasztói esetében!
4. Mutassa be, s értékelje a cég logisztikai tevékenységét!

5. Elemezze és értékelje a cég által alkalmazott árképzési politikát! Milyen árképzési stratégiai és taktikai megoldások jelenhetnek meg a vállalkozás esetében?

Non-business marketing szakirány

1. Mutassa be a civil szektor törekvéseinek megjelenési terepeit, lehetőségeit az élelmiszer piacon!
2. Milyen társadalmi problémákat vet fel a frissen sült pékáruk fogyasztása a fiatalok életében, milyen lehetséges megoldásai vannak a problémák kezelésének?
3. Hogyan tud megfelelni az Fornetti Kft. a XXI. század környezetvédelmi kihívásainak? Melyek a továbblépés lehetséges irányai?
4. Miként jelenhet meg a CSR tevékenység a cég gyakorlatában, tegyen javaslatokat!
5. Milyen lehetőségeket, stratégiai és operatív megoldásokat lát a cég és az egyetemek együttműködése terén?