

Fornetti Kft.

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.

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 fagyasztott pékáru értékesítés alapján a Fornetti Group a legfrissebb, 2017. július végével zárult üzleti évében 10,1 százalékkal növelte éves árbevételét, amelyhez a magyar vállalat 8,7 százalékos, a román 14,1 százalékos, a bolgár 24,4 százalékos növekedéssel járult hozzá, 100 millió eurós, 31 milliárd forintos árbevétellel.

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 pékáru 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.

Közel 40 százalékos növekedést ért el a Fornetti Csoport a 2015 nyarán történt tulajdonosváltása óta, így a 2017. július 31-én zárult üzleti évében 100 millió eurós, 31 milliárd forintos árbevételt ért el.

A Fornetti üzemekben a termelés a fejlett automatizált gépsorokon valósul meg. Alapanyag raktárukba a raktáros előírás szerinti, csakis rendszerben elfogadott minőségi megfelelőséget 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. 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.

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.

Termékinnováció

Termékkínálatát 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 fagyasztott 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, melynek lényege, hogy az adalékanyag és tartósítószer-mentesség. Továbbá, a Fornetti termékekben is megjelenik az egyedi tokaji élőflóra. Tokaji borvidék mustjából kinyert iz-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.

Fornetti üzletek

Az üzletek kialakítását a Fornetti kulcsrakész megoldással segíti. A Fornetti saját tervező és kivitelező csoporttal segíti a partnereit üzletük létrehozásában, 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 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 rendelkeznek, 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 2014 tavaszán összegzett márka-imázs kutatás azt mutatta, hogy a vásárlók elvárják, hogy a pékség megjelenésével is megpróbálja kiérdemelni 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 pékáru forgalmazóként és franchise átadóként a Fornetti Kft. elkötelezte magát a fogyasztói igényeknek való maximális megfelelés mellett.

A vállalat a jelentős anyagi tehervállalás ellenére is végrehajtja a designváltást. 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.

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.

2016-ban a Fornetti fogyasztók összesen 4583 üzenetet küldtek az SOS Gyermekfalvak adományvonalára. Ily módon az adakozók összesen 1.146.000,- forinttal segítettek a szervezetnek, amelynek minden forintját a Fornetti megduplázza.

2017. májusában tehetség gondozó programot indított a Fornetti.

Kérdések-feladatok Felsőoktatási szakképzésben résztvevő hallgatók számára

1. Készítsen makro környezeti elemzést Fornetti Kft.-re vonatkozóan.
2. Tervezzen meg egy marketingkutatót a fogyasztói elégedettségvizsgálatra vonatkozóan. Állítson össze egy legalább tíz kérdésből álló kérdőívet.
3. Milyen szegmensek különíthetők el a cég célcsoportjait illetően? Jellemezze ezeket.
4. Elemezze a márképítéssel kapcsolatos tudnivalókat a Fornetti-nél!
5. Értékelje a Fornetti választékpolitikáját!
6. Elemezze a cég által működtetett értékesítési csatornát, külön tekintettel a franchise rendszerre!
7. Értékelje a Miskolci Egyetem területén működő Fornetti üzlet elhelyezkedési, berendezési gyakorlatát!
8. Vizsgálja meg a cég árképzési technikáit.
9. Mutassa be Fornetti esetében alkalmazott, lehetséges marketingkommunikációs mixet!
10. Mutassa be és értékelje a cég CSR tevékenységét, tegyen javaslatot annak fejlesztésére!

Értékesítés szakirány kérdései:

1. Jellemezze az értékesítés funkcióit a Fornetti esetében!
2. Mutassa be a franchise rendszer specifikumait a Fornetti esetében.
3. Mutassa be a cég logisztikai tevékenységét, elsősorban a beszerzés és a raktározás területén!
4. Milyen kiskereskedelmi funkciókat lát el a Fornetti?
5. Tegyen javaslatot a Miskolci Egyetem területén működő Fornetti üzlet értékesítés-ösztönző tevékenységére.

Kommunikáció szakirány kérdései:

1. Jellemezze a Fornetti honlapját és tegyen javaslatot az esetleges változásokra.
2. Készítsen el egy konkrét reklámvázlatot a Fornetti tetszőlegesen kiválasztott új termékére vonatkozóan.
3. Gondolja végig a Fornetti-t érintő válságkommunikációs szituációit, lehetséges technikáit!
4. Értékelje a Fornetti honlapját marketingkommunikációs szempontból.
5. Tervezzen egy magyarországi PR eseményt, melynek központi üzenete az egészségtudatosság.