

Priopćenje za javnost



Datum/Date: 3.8.2010.g.

Od/From: MEGGLE Hrvatska d.o.o.
Odjel za odnose s javnošću
Sanja Šijanec

00385 31 514 991/505 585
00385 98 214 641
sanja.sijanec@megggle-hrvatska.hr

Predmet/Subject: MEGGLE Hrvatska d.o.o. dobila naslov Superbrands za 2010.g. te osvojila 14 DLG medalja

Krajem srpnja organizacija Superbrands objavila je da je stručno vijeće od 65 članova te više od 23.000 potrošača izabralo cjelokupni brend MEGGLE za Superbrands Croatia. Tako je brend MEGGLE – iz srca Slavonije u 2010.g. identificiran kao jedan od najprepoznatljivijih brendova mliječnih proizvoda u Hrvatskoj.

Zbog posebnosti postupka dobivanja ovog znaka, njegove neovisnosti i objektivnosti, izuzetno smo ponosni na isti te na činjenicu da smo u 15 godina prisutnosti u Hrvatskoj stvorili ime, koje potrošači povezuju sa kvalitetom i tradicijom.

Da je tradicija na našoj strani govori i činjenica da je osječka mljekara osnovana daleke 1957.g., dok korijeni MEGGLE proizvoda sežu i u period prije 125.g. kada je obitelj MEGGLE pokrenula proizvodnju mliječnih proizvoda. Do danas svaka je godina, godina novih inovacija, širenja, promjena – no svoje korijene na obje strane nikada ne zaboravljamo. To je jedna od tajna našeg uspjeha – druge će ostati tajna.

Već petnaestu godinu zaredom svjetska branding organizacija Superbrands identificira i odaje počast najjačim nacionalnim tržišnim markama. Tržišne marke nemaju mogućnost prijave kod procesa odabira (niti ista uključuje mogući trošak razmatranja) - već Superbrands predstavlja neovisni proces selekcije prema sljedećim koracima:

- nezavisne agencije za istraživanje tržišta okupljaju tzv. „listu finalista“, otprilike 1000 tržišnih marki prisutnih na hrvatskom tržištu. Istraženi su svi glavni sektori te uključeni u listu. Nezavisno i dobrovoljno Superbrands stručno vijeće ocjenjuje „listu finalista“. Potrošači glasuju putem interneta, usporedno sa članovima Vijeća. Zbroj svih glasova predstavlja tržišne marke sa najvećim ocjenama te su iste nagrađene Superbrands statusom.

Lista brandova nagrađenih Superbrands statusom 2010. objavljuje se po svršetku javnog glasanja te glasanja stručnog vijeća.

Stručno vijeće Superbrands Hrvatska čini 65 članova, priznatih poslovnih i marketinških stručnjaka iz hrvatskih medija, agencija, domaćih i stranih korporacija, sveučilišta te stručnih organizacija.

MEGGLE Hrvatska d.o.o. je osvojila 14 medalja, od čega čak 10 zlatnih, na ovogodišnjem ocjenjivanju kvalitete prehrambenih namirnica od strane Njemačkog poljoprivrednog udruženja (DLG – Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft), koje slovi za jedno od najboljih ocjenjivanja kvalitete u Europi. DLG ima više od 22.000 članova te godišnje ocjenjuje oko 24.000 različitih proizvoda u 16 kategorija.

Priopćenje za javnost



Tako su sva trajna mlijeka MEGGLE (5 različitih mliječnih masnoća), voćni jogurti Fruity u čašici s okusom breskve, višnje, šumskog voća te FRUITY voćni jogurti u bočici s okusom jagode i višnje ocjenjeni zlatnom medaljom i najvećim brojem bodova. Medalje su uz njih osvojili još i ostali FRUITY okusi kao i poznata MEGGLE kisela vrhnja. Važno je napomenuti da su svi proizvodi, poslani na ocjenjivanje, ovjenčani jednom od medalja, što je u tako velikoj konkurenciji zaista izniman uspjeh i razlog što opravdano možemo biti ponosni na kvalitetu svih naših proizvoda.

Trajna mlijeka MEGGLE od ožujka ponudila su još veću paletu različitih sadržaja masnoća – za svaki ukus ponešto te su na hrvatsko tržište donijela apsolutnu inovaciju u pakiranju – popularnom kvadratu, kao i navojnom čepu, koji se otvara u jednom potezu. Oduševljenje potrošača potvrdilo nam je da smo na pravom putu i da hrvatski građani žele nešto novo, nešto posebno, ali prije svega nešto kvalitetno.

Voćni jogurti pod nazivom FRUITY drže jedan od najvećih tržišnih udjela na području voćnih jogurta te su njihov poseban okus, veliki komadi voća i prepoznatljiv dizajn zasigurno argumenti, zbog kojih su već godinama neizostavan dio hrvatskih kućanstava.

MEGGLE kiselo vrhnje se proizvodi po posebnom receptu, razvijenoj u Austriji, jer želimo postići da okusom i konzistencijom odskoče od drugih sličnih proizvoda na tržištu te da je moguće upotrijebiti u kuhanju, no također da je namijenjeno direktnoj konzumaciji.