



## HISTORIE

Bohatá historie Vegety (která je v České republice a na Slovensku dostupná pod značkou Podravka) začala v bývalé Jugoslávii už v roce 1958 ve výzkumné laboratoři společnosti Podravka pod vedením profesorky Zlaty Bartl. Vegeta 40, jak se tehdy Vegeta jmenovala, je dodnes velmi dobře rozeznatelná díky modré barvě obalu, ze kterého se usmívá kuchař v bílé čepici. Univerzální koření přípravek Podravka se už více než 55 let používá k dotážení a zjemnění chuti polévek, omáček, masa, ryb a dlouhé řady dalších jídel. V roce 1967 vstoupila Vegeta poprvé na zahraniční trhy v Maďarsku a Rusku. V roce 1971 zkrátila Vegeta 40 své jméno pouze na Vegeta a začala se prodávat také na rakouském, švédském, západoněmeckém a československém trhu. Nakonec se vydala na dlouhou, tisícikilometrovou cestu, aby došla i Austrálii. Roku 1974 začalo vysílání úspěšného TV seriálu „Malá tajemství velkých kuchařů“. Seriál předával divákům po celém území dřívější Jugoslávii řadu kuchařských dovedností a receptů, díky čemuž se Vegeta v tomto období dostala blíž ke svým uživatelům a posílala svou pozici už tehdy velmi oblíbené přísady do jídel. V roce 2000 otevřela firma Podravka novou automatizovanou výrobu v Koprivnici a také zahájila výrobu v Maďarsku. O dalších sedm let později už se Vegeta prodávala ve 40 zemích světa na 5 kontinentech.



## INOVACE

Vegeta prochází neustálým vývojem a inovace jsou přirozenou vlastností úspěšné značky. Od konkurenčních výrobků ji odlišuje kvalita, tradiční receptura a výrazná nezaměnitelná chuť. Vegeta už desítky let chutná skvěle zejména proto, že respektuje stravovací návyky a přání svých spotřebitelů,



přizpůsobuje se požadavkům národních kuchyní a sleduje trendy ve výživě. Aktuálně mezi hlavní trendy jednoznačně patří - nejen v segmentu univerzálních kořeních směsí - příklon ke zdravému životnímu stylu. Zákazníci stále více žádají co nejpřirodější produkty, a proto vyvinula Podravka novou řadu Natura bez glutamanu sodného, aromat, konzervantů

a jakýchkoli chemických přísad i ostatních přídavných látek. Mezi další produkty Podravka, které plně reflektují trend zdravého životního stylu, patří také řada rajčatových výrobků nebo Ajvar. Tyto produkty jsou vyráběny z nejkvalitnější zeleniny a neobsahují žádná „ěčka“. Do budoucna plánuje Podravka udržet vedoucí postavení v segmentu univerzálních kořeních směsí, a to především prostřednictvím rozšiřování portfolia výrobků. Dál se bude také zaměřovat na produkty, které jsou v souladu s posledními trendy (rostoucí obliba zdravé stravy, složení bez „ěček“ atd.). V neposlední řadě chce také globálně rozvíjet značky a kategorie, které mají úspěch na trzích jihovýchodní Evropy. Jistě tak najdou své místo i na českém trhu. Podravka chce prostě udělat svým zákazníkům i zaměstnancům život o něco hezčí.

## HODNOTA ZNAČKY

Tajemství úspěchu značky Podravka tkví především v unikátním a jedinečném složení výrobku, které se nemění, ať už si Podravku koupíte v České republice nebo v Austrálii.

Za největší úspěch považuje firma loajalitu svých zákazníků. Tím se podle svých slov liší od ostatních společností - Podravka totiž pochopila potřeby trhu a úspěšně se mu přizpůsobila. Posláním Podravky je přinášet na trh produkty vysoké kvality, které si vždy získají důvěru spotřebitelů. Spokojenost zákazníků svědčí o tom, že požadavky spotřebitelů a kvalita výrobků jsou vždy na prvním místě. Nejen díky tomu se Podravka zařadila mezi nejoblíbenější značky v České republice. Vegeta (na českém trhu Podravka) je jednak nositelkou četných ocenění za kvalitu a jednak je dlouhodobě jedničkou mezi univerzálními přísadami do jídel v Evropě. V průběhu času získala takovou oblibu, že dokonce dala jméno populárnímu hrdinovi japonských kreslených seriálů.



Za 56 let své existence si Podravka vybudovala významné postavení na trhu s potravinami. Nabyté zkušenosti jsou jednou z nejvýznamnějších hodnot značky. Během svého působení na světových trzích vyvinula a zdokonalila Podravka celou řadu receptur od Vegety přes dehydratované potraviny, slané a sladké produkty, konzervovaná jídla, nápoje, až po dětskou výživu. Výrobky Podravka si v průběhu let našly své místo téměř v každé kuchyni, a to je nejlepší vizitka, kterou se značka může pochlubit. Podravka přísada je i dnes, víc než půl století od vzniku původního receptu, populární a oblíbená. Její tajemství spočívá v tom, že v jídle nedomnuje a nepřebíjí jeho chuť, ale doplňuje ho a zjemňuje. Podravkou před přípravou jednoduše posypejte pečení, maso na gril, drůbež, ryby i jiná jídla nebo ji 5 minut před dokončením vaření přidejte do polévek, omáček, k zelenině nebo k rýži. Vaše jídlo bude aromatictější a chutnější.

Do sortimentu společnosti Podravka - Lagris, a. s. patří značky Podravka, Lagris, Essence, Dolcela a Kviki. Značku Podravka reprezentuje především přísada do jídel, ale také koření směsí, rajčatové výrobky a Ajvar. Značka Lagris se zaměřuje především na různé typy příloh jako jsou rýže, luštěniny, bramboroviny, výrobky racionální výživy (pohanka, jáhly, cizma, sója) nebo těstoviny. Essence je značka ovocných sirupů, které se vyznačují vysokým obsahem ovocné složky a nabízejí vždy kombinaci dvou zajímavých příchutí. Značky Dolcela a Kviki jsou novinkami v českém sortimentu, ale na domácím trhu v Chorvatsku jsou obě velmi dobře známé už řadu let. Dolcela představuje především směsí na přípravu pudingu, dezertů a další pomocníků na pečení a vaření. Pod značkou Kviki jsou u nás v síti stánků PNS nově k dostání tři druhy slaných snacků. V průběhu let obdržela značka Vegeta ocenění „Superbrand“ v Maďarsku, Rusku a na Slovensku. Na českém trhu se Podravka může pochlubit svým zařazením mezi „Superbrands“ v letech 2007, 2012 a 2013. Spotřebitelé vybrali v roce 2010 jako „Novinku roku“ řadu prémiových rýží Lagris a také Podravku Natura. O rok později získala stejné ocenění také vysoce inovativní produktová řada těstovin Lagris ve varných sáčcích. Stejný produkt získal také prestižní cenu „Sial d'Or“ v rámci pařížského veletrhu v roce 2012. V roce 2012 získaly sirupy Essence ocenění „The Superior Taste Award“, o rok později pak také vybrané rajčatové produkty Podravka. Toto ocenění je udělováno odbornou porotou na základě slepých testů a hodnotí se první dojem, chuť, vůně a vzhled.

## SPOLEČENSKY ODPOVĚDNÉ PODNIKÁNÍ

Podravka soustřeďuje své sponzorské aktivity téměř výhradně do Zlínského kraje, kde sídlí. Zaměřuje se především na různé prezentační akce ve školních jídelnách a na spolupráci se středoškolskými studenty gastronomických oborů. V minulosti se Podravka také podílela na pořádání cyklistických závodů v rámci celé České republiky. Většina ze 159 zaměstnanců společnosti Podravka - Lagris, a. s. pochází z okolních obcí sídla firmy v Dolní Lhotě. Společnost se tak řadí mezi významné zaměstnavatele v regionu a nebrání se ani zaměstnávání zdravotně znevýhodněných občanů.



RUDOLF DUBAJ  
NÁKUPNÍ MANAŽER

„Podravka je bezesporu velice silná značka na trhu s potravinami, zvláště díky vysoké kvalitě produktů. Češi i Slováci rádi vaří doma a rodinné stravování preferují před restauracemi nebo fastfoodem. Je běžné, že při kulinářských pokusech používáme prostředky na dochucení a zvýraznění chuti, přísady, koření, případně omáčky. Podravka právě takové produkty nabízí, a proto je spojení úspěšné značky, kvality a našeho trhu přirozené. A to jsem se ještě nezmiňoval o dlouhodobé historii používání Podravky do polévek. Tu znala a používala už moje babička...“

## ZAJÍMAVOSTI

- 9 - UNIVERZÁLNÍ KOŘENÍČÍ SMĚS PODRAVKA NATURA OBSAHUJE DEVĚT DRUHŮ ZELENINY (MRKEV, PASTIŇÁK, PAPRIKU, PETRŽELOVOU NAŤ, CELER, PÓREK, BRAMBORY, CIBULI A ČESNEK)
- 450 - PŘI VÝROBĚ 150 G BALENÍ PODRAVKA PŘÍSADY NATURA JE POUŽITO 450 GRAMŮ VYBRANÉ ČERSTVÉ ZELENINY
- 40 - VE 40 ZEMÍCH SI MŮŽETE ZAKOUPIT PODRAVKA PŘÍSADU
- 283 - V SORTIMENTU SPOLEČNOSTI NALEZNETE 283 VÝROBKŮ
- 9 279 921 - TOLIK KILOGRAMŮ PODRAVKA PŘÍSADY PRODALA FIRMA ZA POSLEDNÍCH 10 LET NA ČESKÉM TRHU
- 1934 - TOHOTO ROKU BYLA V CHORVATSKU ZALOŽENA SPOLEČNOST PODRAVKA
- 1971 - PODRAVKA VSTOUPILA NA ČESKOSLOVENSKÝ TRH