



Mlékárna Kunín si roky hlídá kvalitu produkce. Tím více mě těší zisk titulu Dobrá značka počtvrté za sebou. K čemu jsou investice, kdybychom neměli pro koho vyrábět... Důvěra lidí je pro nás sama o sobě nejvyšší známkou kvality naší produkce a nadějí, že i v ekonomické recesi se na trhu neztratíme.



Ing. Zbyněk Gebauer,
generální ředitel

Mlékárna Kunín je již počtvrté nositelkou prestižního ocenění Dobrá značka. Je to výsledek, který svědčí o loajalitě zákazníků, což je nejcennější deviza na trhu, a to nejen v případě potravinářského podniku. Lidé v průzkumu říkají, že nás nejen znají, ale že nám i věří. Do toho, aby to tak mohlo být, jsme investovali v minulých letech stovky milionů korun a investujeme každý den profesní přístup a pečlivé hlídání kvality, včetně laboratorních testů, které nám umožňují zachytit už na samém počátku jakýkoli problém. Naší devizou je a bude orientace na kvalitu a bezpečnost vyráběných produktů. Rádi bychom, aby tato dvě slova, tedy BEZPEČNOST a KVALITA, byla se značkou Mlékárna Kunín ve spontánních asociacích lidí spojována stále častěji. Takový cíl je složité dosáhnout a pozice tohoto typu se nebuduje měsíce, ale roky. Mlékárna Kunín o tom ví své. Už před pěti lety jsme splnili náročné požadavky britského kvalitativního standardu BRC Global Standard Food (British Retail Consortium) a německo-francouzského standardu IFS (International Food Standard). Ačkoli laikům možná mnoho neříkají, jsou garancí vysoké kvality produkce a svědčí o jejím trvalém prověřování. Možná i proto jsme u našich spotřebitelů vnímáni jako dobrý partner, jako dobrá značka. Bez našich zákazníků bychom však mohli mít jen stohy papírů s razítky a k tomu značku s nulovou hodnotou. Naštěstí to tak není a my i díky Reader's Digest Výběru víme, že nepracujeme na budování značky nadarmo. Všem, kterým naše výrobky chutnají – mléko, smetany, jogurty, mléčné nápoje, dezerty i rýže – děkujeme a přejeme, aby je vždy snadno našli ve svých obchodech. A dobrou chuť.

ZNAČKY, KTERÝM VĚŘÍTE

Reader's
Digest



Tradice v moderním stylu



HISTORIE

Kořeny severomoravské společnosti Mlékárna Kunín, a. s., se nacházejí v Podbeskydích, v oblasti známé jako Kravařsko, v regionu s dlouhou tradicí výroby mlékárenských výrobků. Historie společnosti sahá do roku 1946, kdy bylo v Kuníně založeno družstvo na zpracování mléka. Během let se firma postupně modernizovala a rozrůstala. V roce 1992 byla založena akciová společnost Mlékárna Kunín a firma zahájila cestu mezi nejúspěšnější mlékárny v republice.

Nová tvář značky:

Mlékárna Kunín zahájila rok 2009 představováním značky v moderním, dynamickém provedení. Hlavním cílem rozsáhlé změny bylo zvýraznění loga a vytvoření designu propojujícího dlouhou tradiční značku se současnými trendy. Přínosem pro spotřebitele je snadná orientace a jasná identifikace produktů z Kunína.

Nový, jednotný design evokuje tradici, kvalitu a chuť.



Segmentem trhu, ve kterém se Mlékárna Kunín stabilně daří, jsou smetany. Dokládá to třicetiprocentní tržní podíl v celkové kategorii. Řada sladkých smetan získala novou vizáž.



Důležitá je změna v kategorii zakysaných smetan, které se kromě nového designu představí v novém nízkém kelímku, který více odpovídá požadavkům trhu.



Fermentované nápoje se také prezentují v novém. Kromě klasických produktů 950 g chystá firma rozšíření nabídky o objem 480 g v ochucených i neochucených variantách.



Mezi nejoblíbenější dezerty v nabídce patří Mléčné rýže, kde si firma stabilně udržuje přední pozice na trhu. Tyto dezerty se představí v atraktivních obalech s etiketou a v nových příchutích.

