



Uzņēmuma prezentācija: Santa Maria

Santa Maria panākumu stāsts sākās pirms gandrīz 100 gadiem. Jau sen tika noteikta uzņēmuma virzība: kļūt par vislabāko uzņēmumu visās ar garšvielām un jaunradītām ēdienu piedevām saistītās jomās. Šobrīd Santa Maria ir viena no Eiropas vadošajām preču zīmēm garšvielu un pārtikas piedevu nozarē, kā arī viens no visbūtiskākajiem pārtikas eksportētājiem Zviedrijā.

Šodiena

Santa Maria, kas sākotnēji bija ģimenes bizness, tagad ir Eiropas mēroga garšvielu uzņēmums ar centrālo biroju Melndālē, Zviedrijā, kurā strādā aptuveni 850 darbinieku. Santa Maria AB un tās meitasuzņēmumu apgrozījums 2006. gadā bija aptuveni 323 miljoni eiro.

80% no Santa Maria akcijām pieder Somijas pārtikas konglomerātam Paulig, kas savā darbībā īpaši svarīgu lomu ierādījuši kafijai, dažādu nacionālo virtuvju produktiem un garšvielām. Ražotnes atrodas Zviedrijā, Dānijā, Igaunijā, Beļģijā un Holandē. Santa Maria AB jau ilgu laiku ir vadošais zīmols Ziemeļvalstīs, tas atrodams vairāk nekā 35 Eiropas valstu tirgos, tostarp Polijā, Baltijas valstīs, Īrijā, Holandē, Vācijā, Šveicē un Krievijā. Un nākotnes stratēģija ir pilnīgi skaidra. Santa Maria jākļūst par meksikāņu garšvielu un produktu piegādātāju nr. 1 Eiropā. Ziemeļeiropā Santa Maria turpinās palielināt savu tirgus daļu taizemiešu un indiešu garšvielu segmentā.

Atskats pagātnē

Viss sākās 1911. gadā Gēteborgā, kad Franss Leons Bergs (Frans Leon Berg) atvēra nelielu tējas un garšvielu veikaliņu. Viņš vadīja veikalu līdz savai nāves dienai, kad Nūrdlindu (Nordlund) un Falku (Falk) ģimenes pārņēma biznesu un nosauca garšvielu veikalu par „Nordfalks”. 1946. gadā Armins Matsons (Armin Mattsson) un viņa kolēģis Hugo Lundgrēns (Hugo Lundgren) iegādājās daļu no uzņēmuma un izveidoja pamatu tam, kas tagad ir Santa Maria. Uzņēmums investēja modernās iekārtās, un Matsons sāka sadarbību ar ICA. “Nordfalks” attīstījās un pēc kāda laika kļuva par vislielāko garšvielu piegādātāju Zviedrijā.

1968. gadā uzņēmuma vadību pārņēma Armina dēls Larss Ūlofs Matsons (Lars Olof Mattsson), un uzņēmums ar garšvielu pārdošanu sasniedza 862 tūkstoši eiro apgrozījumu. Kad viņš pēc 36 gadiem atstāja šo amatu, Santa Maria apgrozījums jau bija 215,5 miljoni eiro. Šajā periodā bija vairāki būtiski sasniegumi, no kuriem vissvarīgākais bija Santa Maria Tex Mex produktu ieviešana 20. gs. 90. gados. Kad Santa Maria sāka īstenot Tex Mex koncepciju, meksikāņu pārtikas tirgus Zviedrijā bija visai neliels. Tolaik zviedri patērēja pārtikā Tex Mex ēdienus aptuveni 7,5 miljonu eiro vērtībā. Šodien šis tirgus ir 97 miljonu eiro, un Santa Maria ir vislielākais tirgus dalībnieks, pārstāvējot 60% no tirgus.

Biznesa nozares

Viens no Santa Maria mērķiem ir panākt, lai pēc iespējas vairāk cilvēku nobaudītu visus pasaules interesantākos ēdienus. Šī iemesla dēļ uzņēmums koncentrē uzmanību uz divām biznesa jomām: mazumtirdzniecību un sabiedrisko ēdināšanu. Mazumtirdzniecība ir dominējošā biznesa nozare, kurā ir atrodamas visas uzņēmuma produktu koncepcijas.





Sabiedriskās ēdināšanas jomā (restorānos, kafējnīcās, bāros, viesnīcās u.c.) strādājošiem profesionāliem pavāriem Santa Maria piedāvā īpaši lielajām virtuvēm radītus produktus – gan garšvielas, gan nacionālo virtuvju ēdienu koncepcijas, idejas un receptes, kas apmierinātu šādu uzņēmumu augošās prasības. Santa Maria ir vadošais zīmols Ziemeļvalstu tirgū.

Produkti

Garšvielām vienmēr ir bijusi visbūtiskākā loma Santa Maria uzņēmējdarbībā. Santa Maria uzņēmējdarbības centrā ir nebeidzami jaunu piesaistošu garšu, ēdienu un ēšanas paradumu meklējumi, kas palīdz uzlabot pārtikas sagatavošanu un ļauj palielināt tirgu. Ar vēlmi izziņāt un plašām zināšanām par garšvielām un dažādu nacionālo virtuvju tendencēm Santa Maria rada aizraujošas un interesantas koncepcijas, kurās tiek izmantoti produkti no visām pasaules malām. Šodien Santa Maria ir daudz spēcīgu produktu koncepciju, kas apkopotas zem Santa Maria preču zīmes.

Santa Maria garšvielas ir viena no galvenajām koncepcijām un ir vadošais zīmols Ziemeļvalstu tirgū. Sortiments sastāv no gandrīz 100 dažādām garšvielām, un tās ir pamatā visām garšvielām, kas atrodas citās koncepcijās.

Santa Maria Tex Mex ir vadošais meksikāņu garšvielu un produktu sortiments Ziemeļvalstīs, kā arī citās Eiropas zemēs ar savu plašo tako groziņu, tortiļu, garšvielu maisījumu, salsas mērču, kukurūzas čipsu un daudz citu produktu klāstu. Tex Mex koncepcija tika ieviesta 1991. gadā un ātri guva lielus panākumus. Katru gadu tiek izgatavots aptuveni 200 miljoni tortiļu Vadensjes (Skanijā) ražotnē un aptuveni 85 miljoni tako groziņu Melndālē. 2006. gada rudenī tika ieviests jauns papildinājums labi pazīstamajai Tex Mex koncepcijai – moderns Red Fusion sortiments, kas ietilpst meksikāņu ēdienu kategorijā un sastāv no tortiļām, salsas, garšvielu maisījumiem un dzērienu maisījumiem.

Santa Maria BBQ ir vadošais un pircēju iecienītais grilēta ēdiena pagatavošanai paredzēts sortiments Ziemeļvalstu tirgū, piemēram, marinādes un glazūras. Mūsu piedāvājums ir panākumu atslēga ikvienam, kurš vēlas kļūt par īstu grilēšanas meistarū.

Santa Maria Thai ir eksotisko garšu sortiments, kas unikālas Taizemei. Šī koncepcija tika ieviesta tirgū 2001. gadā un ātri guva lielus panākumus. Izmantojot šos produktus, ikviens var vienkārši un ātri pagatavot tik iecienītos taizemiešu ēdienus, kopš Taizeme kļuvusi par populāru ceļojumu galamērķi.

Santa Maria India ir pēdējais papildinājums nacionālo virtuvju koncepcijās, un tajā jūs atradīsiet visu, kas nepieciešams, lai ātri un viegli pagatavotu indiešu virtuves ēdienus.

Santa Maria svaigie garšaugi ir svaigu, ekoloģiski kultivētu garšaugu un podiņos audzētu zaļumu sortiments.

Santa Maria Spicy World ir mūsu uzņēmuma "siltumnīca", kur rodas jaunu garšu idejas no visiem pasaules kontinentiem. Tajā jūs atradīsiet visu, sākot no Itālijas saulē kaltētajiem tomātiem, līdz pat Indonēzijas saldajam kečupam.

Kvalitāte un vērtība

Kvalitāte ir viena no Santa Maria galvenajām konkurences priekšrocībām, un tā attiecas uz visām mūsu darbībām, sākot no produktu drošības, līdz pat piesaistoša sortimenta izveidei no interesantiem produktiem. Visi produkti tiek rūpīgi pārbaudīti, un šis pārbaudes regulāri veic degustatoru komandas. Ārējās pārbaudēs Santa Maria produktiem, lai tos ieviestu tirgū, jābūt labākiem vai tikpat labiem kā vadošo konkurentu produkcijai.

Santa Maria izmanto HACCP (Bistamību analīze un kritiskie kontroles punkti) visā ražošanas ciklā, un iekārtas tiek sertificētas saskaņā ar BRC (Britu mazumtirgotāju konsorcijs) standartu.

Korporatīvā sociālā atbildība

Tā kā mūsu darbavietā ir visa pasaule, ir loģiski, ka Santa Maria darbinieki ir zinātkāri un interesējas par apkārtējo pasauli. Zinātkāre ir viens no vissvarīgākajiem virzītājspēkiem uzņēmuma attīstībai ar tā jaunajām garšvielu koncepcijām un virzieniem. Santa Maria vēlas būt aktīvs dalībnieks arī sabiedrībā, kurā uzņēmums darbojas. Tāpēc Santa Maria aktīvi iesaistās projektos, apliecinot ētisku darbības veidu, kas tiek īstenots visās uzņēmuma struktūrvienībās un attiecībās ar plašāku sabiedrību. Santa Maria veido ilgtermiņa partnerības attiecības ar organizācijām, kas atbalsta uzņēmumam īpaši nozīmīgās jomas: Zviedrijas Vēža biedrību, Glābiet Bērņus un Palmu Eļļas Attīstības Apaļo Galdu.





Vides aizsardzība

Santa Maria ir izstrādājis ekoloģiski drošus izejvielu, ražošanas un atkritumu pārstrādes risinājumus. Santa Maria darbiniekiem tiek rīkotas regulāras apmācības vides aizsardzības jautājumos. Jau 1994. gadā Santa Maria saņēma ISO 9001 sertifikātu un kļuva par vienu no pirmajiem pārtikas nozares uzņēmumiem Zviedrijā, kas saņēma šo sertifikātu.

Veselība

Pamatojoties uz Santa Maria pārlicību, prieks par labu ēdiena nozīmē to, ka jūtaties lieliski pēc ēdiena baudīšanas. Tādēļ uzņēmums atturas no konservantu lietošanas un ģenētiski modificētās kukurūzas izmantošanas savu produktu ražošanā. Vairumā Santa Maria nacionālo virtuvju ēdiena receptēs pamatprodukti vienmēr ir svaiga gaļa un svaigi dārzeņi, kas kļiedē mītu par to, ka ātri un vienkārši pagatavojams ēdiens nevar būt barojošs un veselīgs.

Daži fakti

15. gs. jūrasbraucējs Kristofors Kolumbs ar kuģi Santa Maria sāka ceļojumu, lai atrastu ātrāku un īsāku jūras ceļu garšvielu tirdzniecībai ar Indiju. Sākotnēji šī kuģa tēls bija daļa no uzņēmuma logotipa, bet vēlāk tas tika nomainīts. Slavenais dizaineru duets Sigvards Bernadots (Sigvard Bernadotte) un Aktons Bjerns (Acton Björn) izstrādāja oriģinālo logo un klasisko garšvielu burciņu dizainu. Pirmās liecības, ka cilvēki lietojuši garšvielas ēdiena uzlabošanai, atrodamas jau pirms 6000 gadiem. Ēģiptē ir atrasti papirusa tīstokļi, kur minētas tādas garšvielas kā majorāns, piparmētra un kanēlis. Vēsturē bijis arī tāds periods, kad garšvielas kalpoja kā cietā valūta. 14. gs. beigās Vācijā puskilograms muskatriekstu maksāja septiņus vēršus, savukārt par vienu aitu varēja iegūt 500 g ingvera.

Santa Maria Latvijā

1992. gadā Paulig Grupa nodibināja uzņēmuma filiāli AS Paulig Baltic Igaunijā un Saues pilsētā atvēra pirmo Santa Maria garšvielu ražotni. 1994. gadā AS Paulig Baltic sāka Santa Maria garšvielu tirdzniecību Latvijā.

2002. gada 5. decembrī tika nodibināta AS Paulig Baltic pārstāvniecība Latvijā, lai nodrošinātu mārketinga atbalstu Santa Maria un Paulig zīmoliem.

Sekojojot tirgus attīstības tendencēm un pieaugošajam tirgus pieprasījumam, 2006. gada beigās Igaunijā nodibināja AS Santa Maria un 2006. gada 21. novembrī tika nodibināta AS Santa Maria pārstāvniecība Latvijā.

Santa Maria ir garšvielu tirgus līderis Latvijā, kas darbojas gan mazumtirdzniecības, gan sabiedriskās ēdināšanas nozarēs. Santa Maria piedāvā plašu produktu sortimentu - garšaugus un garšaugu maisījumus, garšvielas un garšvielu maisījumus, kā arī pārtikas piedevas.

Daudzveidīgs ir Santa Maria nacionālo virtuvju koncepciju klāsts – Santa Maria Tex Mex, Santa Maria BBQ, Santa Maria Thai, Santa Maria India un Santa Maria Spicy World.

Lai iegūtu sīkāku informāciju, lūdz, sazinieties:

AS Santa Maria pārstāvniecība

Ernestīnes iela 12

Rīga, LV-1046

Tālrunis: 7 804 330

Fakss: 7 804 331

E-pasts: [HYPERLINK "mailto:info@santamaria.lv"](mailto:info@santamaria.lv) info@santamaria.lv

