

# Karlovačko

## Tržište

U zemlji u kojoj je proizvodnja piva jedna od najperspektivnijih industrijskih grana, a čiji prosječan stanovnik godišnje popije 82 litre piva, Karlovačka pivovara zauzima čvrsto drugo mjesto, ali je istodobno i najveći hrvatski izvoznik piva. Budući da je Hrvatska izrazito turistički orijentirana zemlja, Karlovačka pivovara kao najveći dobavljač pivom čitavoga turističkog područja ima razloga za posebno zadovoljstvo. Unatoč činjenici da je hrvatsko tržište piva u stagnaciji, ponajviše zbog zakonske odredbe o 0,0 promila alkohola u krvi vozača te visoke trošarine na pivo, kao i jeftinom uvozu, Karlovačka pivovara i dalje bilježi kontinuiran rast.

## Dostignuća

Karlovačka pivovara osvajala je tijekom godina brojna priznanja za kvalitetu proizvoda. Zlatne medalje za kvalitetu piva osvajane su na natjecanjima Monde Selection u Rimu 1983., Madridu 1984., Lisabonu 1985., Luksemburgu 1990., te Amsterdamu 1992. godine. Godine 2004. Karlovačka pivovara osvaja čak četiri zlatne medalje. Na prestižnoj dodjeli nagrada svjetskog natjecanja piva „Brewing Industry International Awards“, također poznatoj kao „Oscar pivarske industrije“, održanoj u Londonu, Karlovačko je nagrađeno zlatnom medaljom kao najbolje pivo u kategoriji svijetlog piva s alkoholnim udjelom od 4,4 do 5,5 posto. Međunarodni stručnjaci za pivo izdvojili su Karlovačko kao najbolje svijetlo pivo u svojoj kategoriji između čak 133 vrste svijetlog piva iz cijeloga svijeta. Strateško partnerstvo s Heinekenom, vodećim proizvođačem piva i tržišnim liderom u Europi, omogućava Karlovačkoj pivovari pristup različitim proizvodnim i korporativnim alatima u cilju stvaranja zadovoljnijih potrošača. Karlovačko je odnedavno uključeno u državni monopol prodaje alkoholnih pića u Švedskoj. Kako bi ušla u Systembolaget, švedsku nacionalnu mrežu s više od 400 trgovina, Karlovačka pivovara morala je zadovoljiti niz kriterija. Osim kriterija prema kojem je bilo potrebno prodati preko 50 tisuća boca piva, Karlovačka pivovara morala je osigurati točnost dostave i prihvaćenost na tržištu.

No, najvažnije priznanje Karlovačkoj pivovari upravo je naklonost potrošača.



Naime, nedavno istraživanje o stavovima stranih turista prema hrvatskim markama piva, koje je provela agencija Puls, pokazuje da je Karlovačko premoćno osvojilo simpatije i naklonost stranih gostiju. Istraživanje je pokazalo da čak 54% ispitanika navodi Karlovačko kao omiljenu hrvatsku pivsku marku, dok sljedeću po omiljenosti hrvatsku pivsku marku preferira tek 17% ispitanika. Budući da su istraživanjem obuhvaćeni strani turisti iz Njemačke, Austrije, Mađarske, Češke, Slovačke, Italije, Slovenije i drugih zemalja, ovaj se uspjeh s pravom može smatrati i međunarodnim.

## Povijest

Karlovačka pivovara jedna je od najvećih



hrvatskih pivovara s bogatom tradicijom još od 1854. godine, iako najstariji dokazani trag pivarstva u Karlovcu potječe još iz 1779. godine. Polovinom 19. stoljeća u Karlovcu su radile tri pivovare, a glavni su potrošači piva bili časnici Karlovačkoga generalata. Dvadeseto stoljeće Karlovačka pivovara započinje kao dioničko društvo i djeluje pod imenom „Građanska pivovara i tvornica slada u Karlovcu“. Stručni je posao povjeren Vilimu Wambrechtshameru, mladom sposobnom pivaru iz Graza. On je stabilizirao kakvoću piva te stvorio uvjete za proširenje kapaciteta i osuvremenjivanje tehnologije. Godine 1929. u Karlovačkoj je pivovari proizvedeno 9.000 hl piva. Godišnja se proizvodnja prije Drugog svjetskog rata kretala od 3.500 hl (1932. godine) do 17.000 hl (1941. godine). Većih pomaka u smislu osuvremenjivanja proizvodnje i tržišne realizacije nema do 1960. godine (1957. proizvodnja iznosi 29.000 hl, a 1960. 45.000 hl). Od 1960. godine započinje osuvremenjivanje proizvodnje; 1963. godine proizvodni se kapacitet diže na 120.000 hl, a 1966. na 289.900 hl piva na godinu. 1971. godine proizvodnja Karlovačke pivovare premašuje 500.000 hl piva na godinu. Godine 1985. proizvodnja Karlovačke pivovare raste do 850.000 hl piva na godinu. Karlovačka je pivovara danas vlasništvo nizozemske korporacije Heineken, s tržišnim udjelom preko 22% i godišnjom realizacijom na tržištu preko 1.000.000 hl piva. Proces zaprimanja sirovina, proizvodnje, skladištenja i distribucije piva strogo je kontroliran te se pivo u Karlovačkoj pivovari proizvodi u skladu s najsuvremenijim korporativnim načelima. Karlovačka pivovara spaja međunarodne standarde i stručnost sa snažnom hrvatskom pivarskom tradicijom, primjenjujući najviše standarde kvalitete





na ukupni proces proizvodnje, distribucije, marketinga i prodaje piva.

### Proizvodi

Okosnicu prodaje čini Karlovačko svijetlo pivo, napravljeno od vode visoke kvalitete i potpuno prirodnih sastojaka. Uz jačinu od 5,4% ima karakterističnu zlatno-žutu boju i gorkast okus, što ga čini idealnim za osvježanje u svakoj prigodi. Ističe se skladom arome slada i punoćom okusa.

Rally 0,0% prvo je hrvatsko bezalkoholno pivo koje se radi po novoj recepturi koja poznavateljima vrhunskih piva omogućava užitak bez ograničenja. Tim vrhunskih stručnjaka uspio je višegodišnjim radom doći do idealnog osvježanja za vozače, pilote, doktore i sve one koji uživaju u punom, zaokruženom okusu piva, a da pritom ne unesu u sebe niti jedan jedini promil alkohola. Naime, novi Rally je proizvod koji sadrži 0,0% alkohola, i zbog toga je idealan za primjenu prije, kao i za vrijeme vožnje, a svojom vrhunskom aromom iz dana u dan stječe sve više istinskih obožavatelja.

### Nedavni razvoj

U ozračju konstantnog praćenja svjetskih trendova, a sve u korist zadovoljnog potrošača, Karlovačka pivovara je 2004. godine ponudila novi proizvod - svoje tradicionalno svijetlo pivo u PET bocama. Praktičnija za upotrebu te idealna za zabave i izlete, PET boca je odmah naišla na pozitivne reakcije potrošača. A da su u Karlovačkoj pivovari interesi pravih ljubitelja piva uvijek na prvom mjestu dokazuju i nedavno pridodane inovativne zaštitne folije na PET bocama, koje jamče dugotrajnu svježinu i zaštitu grlića boce.

### Promocija

Karlovačka pivovara svojim potrošačima uz pivo najbolje kvalitete nudi i pregršt dobre zabave. Svjesna svoje društvene uloge, Karlovačka pivovara već dugi niz godina organizira razna događanja za ljubitelje dobrog piva te im osigurava provođenje



slobodnog vremena u opuštenu atmosferu u Karlovačko. Od 1984. godine Karlovačka pivovara sudjeluje u pučkoj svečanosti pod nazivom „Dani piva“. Danas je to prava institucija koja je prerasla lokalne okvire te svake godine privlači sve više zaljubljenika u pivo i druženje iz Hrvatske, ali i cijelog svijeta. „Dani piva“ svojevrsni su hrvatski Oktoberfest koji se odvija svake godine krajem ljeta, a 2006. godine manifestacija je proslavila jubilej 20. rođendan. U tradiciju su prerasli i glazbeno-pivski spektakli pod nazivom „Karlovačko Live“, koji uz vrhunsko pivo nude uživanje u glazbi najboljih hrvatskih izvođača. „Karlovačko Live“ predstavlja spoj različitih glazbenih stilova, a projekt dokazuje da je, uz maštovit marketinški pristup, zabava s kvalitetnim proizvodom u prvom planu pun pogodak.

Svježim pristupom marketinškom komuniciranju u Karlovačkoj pivovari naglašavaju hrvatski, druželjubiv karakter robne marke Karlovačko. Budući da je u Hrvatskoj nogomet bez premca najpopularniji sport, a za utakmice hrvatske nogometne reprezentacije uvijek se traži karta više, odgovor Karlovačke pivovare je „Karlovačko Kórner“. Popularnim nogometno-pivskim projektom Karlovačka pivovara svim navijačima osigurava kutak za praćenje utakmica u odličnoj atmosferi u društvu prijatelja. Ideja je krenula od Europskog nogometnog prvenstva u Portugalu 2004., a već do sljedećeg velikog svjetskog natjecanja u Njemačkoj prerasla je u pravu instituciju nogometa, druženja i zabave.

U posljednjih nekoliko godina Karlovačko je učvrstilo svoju tržišnu poziciju i primaklo se korak bliže prosječnom potrošaču zahvaljujući, između ostalog, odličnoj te kvalitetno osmišljenoj marketinškoj strategiji. Budući da su većina potrošača Karlovačkog muškarci, posebna se pažnja pridaje upravo muškom druženju, muškim pravilima i kodovima te raznim anegdotalnim situacijama koje to prate; zdrava ironija i pozitivan humor učinili su polje identifikacije izrazito širokim. Reklame za Karlovačko obilovale su referencama



na aktualne događaje, tipičnim hrvatskim humorom, a neke od ikona hrvatskog javnog života našle su se u brojnim, za njih nesvakidašnjim situacijama. Nagrade nisu izostale, a niti prodajni rezultati.

### Vrijednosti robne marke

Karlovačko je idealno pivo za sve one željne dobrog provoda i stvaranja novih prijateljstava, ali isto tako i za one koji uživaju u trenucima opuštanja u ugodnom društvu prijatelja.

Iako pivo bogate tradicije, Karlovačko inspiraciju pronalazi u svakodnevnim situacijama, a čvrstoj poziciji ove robne marke u prvom redu doprinosi kontinuirano visoka kvaliteta proizvoda te promicanje tipičnih hrvatskih vrijednosti kroz osjećaj opuštenosti u društvu bliskih osoba.

[www.karlovacko.hr](http://www.karlovacko.hr)



JESTE LI ZNALI...

### Karlovačko

- Karlovačko je grad na četiri rijeke pa raspolaže bogatim izvorima čiste vode koja se koristi u proizvodnji Karlovačkog piva te tako doprinosi njegovom specifičnom okusu i standardno visokoj kvaliteti proizvoda.
- Karlovačka pivovara najveći je opskrbljivač pivom turističkog područja Hrvatske.
- Karlovačka pivovara najveći je hrvatski izvoznik piva te čak 70% hrvatskog izvoza piva otpada na Karlovačko.
- S jakom podrškom koju daje lokalnoj zajednici, Karlovačka pivovara ima značajnu ulogu kao poslodavac te nastoji doprinijeti kvaliteti života u Karlovcu i okolici.

