

Jamnica



Tržište

U svijetu raste potrošnja flaširane vode, ali i svijest o strateškoj važnosti vode kao proizvoda. Europa je najveći potrošač na globalnom tržištu, a Hrvatska, sa kvalitetnim i bogatim izvorima vode, svakako ima šansu pozicionirati se kao važan igrač u tom, tržišnom segmentu.

Tržište voda u Hrvatskoj, također, je izuzetno dinamično. Godišnja potrošnja, prema službenim izvorima, iznosi oko 340 milijuna litara, od čega je gaziranih mineralnih voda 216 milijuna, a izvorskih voda oko 124 milijuna. Potrošnja vode u Hrvatskoj iznosi 75 litara per capita, što je još uvijek dva do tri puta manje od europskog prosjeka.

Jamnica d.d. najveći je hrvatski proizvođač mineralnih i izvorskih voda te bezalkoholnih pića, s tradicijom koja seže još u davnu 1828. godinu. Od 1993. godine unutar koncerna Agrokor, promišljenim ulaganjima u modernizaciju, razvitak i nove tehnologije, Jamnica je izrasla u jednu od najmodernijih europskih punionica mineralnih i izvorskih voda te bezalkoholnih pića, s ukupnom godišnjom proizvodnjom od 400 milijuna litara, što je čini i najvećim proizvođačem te vrste na jugoistoku Europe.

Prirodna mineralna voda Jamnica najstariji je brand tvrtke Jamnica i jedan od najstarijih autentičnih hrvatskih proizvoda uopće, s tržišnim udjelom od 80 posto, dok je prirodna izvorska voda Jana u svega nekoliko godina preuzela vodeću poziciju na tržištu izvorskih voda, s udjelom od 50 posto.

Osim konstantnim ulaganjima u razvoj novih tehnologija te širenjem vlastitog distributivnog sustava i prodajnih kanala, Jamnica svoj razvoj prije svega temelji na izgradnji snažnih robnih marki koje na hrvatskom tržištu imaju vodeću poziciju u svojim

segmentima, a sve značajniju ulogu imaju i na regionalnim tržištima te na globalnom svjetskom tržištu. Jana se sve više etablira i na zahtjevnim europskim i svjetskim tržištima, preuzimajući ulogu prepoznatljivog hrvatskog izvoznog proizvoda.

Upravo zahvaljujući svojoj vrhunskoj kvaliteti i jedinstvenosti okusa te kontinuiranim ulaganjima u marketinške aktivnosti i dizajn, Jana ostvaruje svoj uspjeh u zemljama regije: u BiH, Srbiji, Crnoj Gori, Sloveniji, Mađarskoj i na međunarodnim tržištima poput Kanade, Japana, Portugala i SAD. Svake godine otvaraju se nova izvozna tržišta pa je tako od početka 2008. godine Jana prisutna i na tržištu Rumunjske te na jednom od najjačih i najzahtjevnijih svjetskih tržišta u razvoju, Rusiji.

Na regionalnim tržištima konkurenti Jane su najveće lokalne tvrtke, a na drugim europskim i međunarodnim tržištima Jana konkurira premium brandovima vode, najčešće u vlasništvu "velike četvorke":

Nestle, Coca-Cola, PepsiCo i Danone.

Jana je pozicionirana kao vrhunski proizvod jedinstvenog i prepoznatljivog identiteta uz jasnu i konzistentnu komunikaciju čime se diferencira od konkurentskih proizvoda.

Na domaćem i na stranom tržištima, Jana se pozicionira jednako – kao premium proizvod u segmentu negaziranih voda, što podrazumijeva jednaku komunikacijsku strategiju i otprilike jednako cjenovno pozicioniranje. Naravno, uvijek se u obzir uzimaju specifičnosti tržišta te se prema tome prilagođavaju komunikacijske i prodajne aktivnosti. No, općenito gledajući, Jana je potvrđeni regionalni brand s otvorenim aspiracijama da postane internacionalni brand s jedinstvenom i prepoznatljivom komunikacijskom strategijom.



Dostignuća

Kvalitetu Jamnice i Jane kao vode svjetskog glasa dokazuju brojne nagrade i međunarodna priznanja.

Godine 1997. Jamnica je među prvima postala nositeljica znaka Hrvatske kvalitete.

Godine 2003., na međunarodnom sajmu voda Aqua Expo 2003. u Parizu, Jamnica je osvojila prestižnu nagradu EAUSCAR kao najbolja prirodna gazirana mineralna voda. Jana je ponosna vlasnica nagrade za najbolju izvorsku vodu iz 2005. godine dok se aromatizirana Jana s okusom jagode-guave ponosi nagradom Eauscar iz 2004.

Godine 2007. nagrađena je nova povratna ambalaža Jamnice, osvojivši glavnu nagradu za kvalitetu i dizajn – CroPak 2007. godine.

Godine 2007. Jamnica je nagrađena titulom Trusted Brand kao najbolja hrvatska voda prema ocjeni potrošača.

Jamnica i Jana su jedine hrvatske vode koje su priznate i registrirane na službenoj EU listi voda u boci.

Vodeći nezavisni američki institut za kontrolu kvalitete NSF potpisuje garanciju Janine kvalitete i sigurnosti procesa punjenja.

International Taste & Quality Institut 2006. ocjenjuje Janu najvišom ocjenom za okus i kvalitetu (3 zvjezdice).



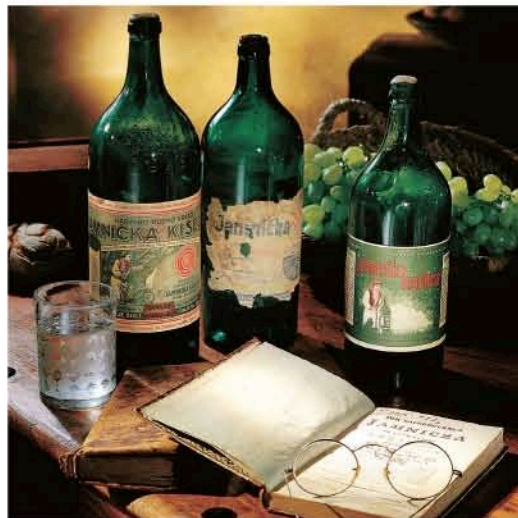
SGS Fresenius Institut dodijelio je Jani prestižni međunarodni certifikat SGS Fresenius kojim se priznaje Janina besprijekorna čistoća. Zbog svog izbalansiranog sastava i provjerene čistoće, liječnici vodećeg europskog instituta za kontrolu kvalitete, preporučuju Janu i u prehrani djece.

Jana je, također, i na službenoj listi NATO dobavljača što zahtijeva iznimnu kvalitetu vode koju potvrđuju kontinuirane analize i certifikacije koje se provode nekoliko puta godišnje.

Povijest

Još su stari Kelti ostavili prve pisane zapise o jedinstvenoj hladnoj vodi koja izvire obogaćena osvježavajućim mješuricama. Carica Marija Terezija, 1772. godine, uvrstila je Jamnicu u registar mineralnih voda bečkog dvora. Osim što se na bečkom dvoru i sama krijepla upravo Jamnicom, Marija Terezija je predstavila i uvela Jamnicu u moderno europsko društvo onog doba. Prve boce Jamničke kiselice namijenjene široj prodaji napunjene su prije 180 godina, još davne 1828. godine. U to se vrijeme Jamnica najvećim dijelom distribuira kroz ljekarne, gdje su je preporučivali kao vodu za prevenciju raznih kroničnih bolesti. Njezin je mineralan sastav ostao nepromijenjen, a blagotvoran učinak na organizam potvrdile su i današnje analize.

Mnogo mladi brand Jana kreiran je i predstavljen tržištu tijekom 2002. godine te je u nepunih šest godina izrastao u jedan od najpoznatijih hrvatskih brandova na domaćem, ali i na međunarodnim tržištima. Početkom 2001. Jamnica d.d. ulaže u Greenfield investiciju, nakon čega otvara i pušta u rad punionicu Sv. Jana te u ljeto 2002. godine započinje s komercijalnom proizvodnjom Jane.



Proizvod

Jamnica je prirodna mineralna voda koja, obogaćena mineralima, izvire iz 500 metara dubokih zemljinih ležišta. Crpi se u Jamničkoj kiselici, zaštićena od svakog onečišćenja i vanjskih utjecaja. Jamnicu krase jedinstvenost okusa, izbalansirani sastav minerala te prirodna gaziranost. Osobito je omiljena u gastronomiji i ugostiteljstvu. Jamnica osvježava i utažuje žeđ te se izvrsno miješa sa sokovima i ostalim pićima, a ima i blagotvoran učinak na ljudsko zdravlje.



Jana, prirodna izvorska voda, 7000 godina bila je dobro čuvana tajna u 800 metara dubokom vrelu Sv. Jana, skrivenom usred svetojanskih brežuljaka. Okus svježine i lakoće proizlazi iz potpuno prirodnog i postepenog procesa filtracije. Prolazeći kroz slojeve mineralnih stijena, voda je dodatno zaštićena slojem granita te ne postoje nikakve prepreke između nje i prirode.

S niskim udjelom natrija te dobro izbalansiranim sastavom elemenata, posebnim omjerom kalcija i magnezija, Jana je idealna za nadoknadu tjelesne tekućine, izuzetno važne za ljudski organizam.

Nedavni razvoj

Kontinuiranim istraživanjem tržišta te u nastojanju zadovoljenja potreba danas sve zahtjevnijih potrošača, Jana je 2004. godine u svoj asortiman uvrstila negazirane bezalkoholne osvježavajuće napitke punjene na bazi izvorske vode Jana i voćnih aroma. Aromatizirana Jana niske je kalorijske vrijednosti, deklarira se kao light proizvod i potrošače osvježava s četiri kombinacije voćnog okusa: limun-limeta, jagoda-guava, borovnica-brusnica i jabuka-lychee.

Uvijek ukorak s najmodernijom tehnologijom, na pakiranjima od 0,5l aromatizirane Jane, 2008. godine Jamnica d.d. je prva u ovom dijelu Europe uvela novi sportski "thumb-up" čep koji olakšava otvaranje i konzumaciju proizvoda te zadovoljava najstrože standarde sigurnosti i pruža potpunu zaštitu kvalitete proizvoda punjenih vrhunskom aseptičkom tehnologijom.

Tijekom 2005. godine započeo je proces redizajna branda Jamnica, koji je obuhvatio promjenu pakiranja i etikete. Godine 2007. proces redizajna završen je uvođenjem nove povratne boce od jedne litre s navojnim čepom u novoj rasklopivoj nosiljci.

Sukladno istraživanjima tržišta, brand Jamnica u kolovozu 2008. tržištu predstavlja aromatiziranu gaziranu mineralnu vodu, Jamnicu Sensation. Jamnica Sensation dolazi u dvije osvježavajuće kombinacije okusa – limeta-kiwano i mandarina-mapo te se svrstava u kategoriju light proizvoda.

Promocija

Integrirane marketinške komunikacije predstavljaju snagu brandova Jamnica i Jana, kako na domaćem tako i na regionalnom i međunarodnim tržištima.

Oglašavanje na TV-u, u tisku, na vanjskim površinama, radiju i internetu zajedno čine cjelovitu marketinšku komunikaciju brandova, koji dodatnu



podršku, uz pomno osmišljene materijale izlaganja, dobivaju i na mjestima prodaje.

Osim oglašavanja u medijima i Jana doprinose i vežu se uz događanja modnog, kulturnog i sportskog karaktera, kao i u sadržaje namijenjene najmlađima. Na taj način, Jamnica i Jana aktivno sudjeluju u razvoju hrvatskog društva.

Potrebno je istaknuti kako Jana nije samo u Hrvatskoj i regiji vezana za mondene događanja i glamurozne evente. Naime, Jana je službena voda Arene Madison Square Garden u New Yorku, gdje u rukama svjetski poznatih zvijezda potvrđuje svoj internacionalni status premium branda.

Vrijednosti robne marke

Jedinstven okus, provjerena kvaliteta, autentični hrvatski proizvod s dugogodišnjom tradicijom - vrijednosti su branda Jamnica.

Čistoća, vrhunski dizajn, kvaliteta i stil života, samopoštovanje, zdravlje, internacionalnost te sigurnost i povjerenje, snaga su branda Jana.

www.jamnica.com.hr

www.jana.com.hr



JESTE LI ZNALI...

Jamnica

- Godine 1772., zahvaljujući carici Mariji Tereziji, napravljena je prva kemijska analiza Jamnice, nakon čega je uvrštena u registar mineralnih voda bečkoga dvora.
- Mineralni sastav Jamnice je, od prve kemijske analize 1823. godine do danas, ostao nepromijenjen.
- Poznato je da su kalcij i magnezij nužni hranjivi sastojci za razvoj i održavanje kostiju i zubiju, kao i kardiovaskularnog sustava. Fiziološki gledano, preporučeni unos kalcija i magnezija u dnevnoj prehrani idealan je u omjeru 2:1. Upravo u takvoj ravnoteži kalcij i magnezij prirodno su sadržani u Jani (63:32,5 mg/1L). Takav jedinstveni, izbalansirani mineralni sastav ima samo Jana (za razliku od svih ostalih izvorskih voda na hrvatskom tržištu).
- Jana je "stara" 7000 godina.
- Zbog posebne tehnologije punjenja, osoba koja otvori bocu prva je i jedina osoba koja je kroz sve te godine prvi put dotakla i ispila prvi gutljaj Jane.