

Karlovačko

Tržište

U zemlji u kojoj je proizvodnja piva jedna od najperspektivnijih industrijskih grana, a čiji prosječan stanovnik godišnje popije oko 86 litara piva, Karlovačka pivovara zauzima čvrsto drugo mjesto s 24,9% udjela na hrvatskom tržištu piva (Izvor: podaci Grupacije proizvođača piva, slada i hmelja za prvih devet mjeseci 2008.). Karlovačka pivovara najveći je hrvatski izvoznik piva te najveći dobavljač pivom čitavog turističkog područja Hrvatske.

Dostignuća

Karlovačka pivovara tijekom godina osvajala je 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 na istom je natjecanju osvojila čak četiri zlatne medalje. Na prestižnoj dodjeli nagrada svjetskog natjecanja piva „Brewing Industry International Awards“, također poznatoj kao „Oscar pivarske industrije“ održanoj 2005. godine u Londonu, Karlovačko pivo nagrađeno je zlatnom medaljom kao najbolje 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 svijetlih piva iz cijelog svijeta.

Kao članica Heineken grupe, vodećeg proizvođača piva i tržišnog lidera u Europi, Karlovačka pivovara ima pristup različitim proizvodnim i korporativnim alatima u cilju stvaranja zadovoljnjih potrošača.

Naklonost potrošača najvažnije je priznanje Karlovačkoj pivovari. Istraživanje o stavovima stranih turista prema hrvatskim markama piva, koje je 2005. godine provela agencija Puls, pokazuje da je

Karlovačko pivo premoćno osvojilo simpatije i naklonost stranih gostiju. Istraživanje je pokazalo kako 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 potrošači piva bili su časnici Karlovačkog generalata. Dvadeseto stoljeće Karlovačka pivovara započinje kao dioničko društvo i djeluje pod imenom „Građanska pivovara i tvornica slada u Karlovcu“. Stručni posao povjeren je 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 osu-

vremenjivanja proizvodnje i tržišne realizacije nema do 1960.

godine (1957.

godine 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. Godine 1971. proizvodnja Karlovačke pivovare premašuje 500.000 hl piva na godinu. Godine 1985. proizvodnja Karlovačke pivovare raste do 850.000 hl piva na godinu. Karlovačka pivovara danas ima godišnju realizaciju na tržištu od preko 1.000.000 hl piva. Proces zaprimanja sirovina, proizvodnje, skladištenja i distribucije piva je strogo kontroliran te se pivo u Karlovačkoj pivovari proizvodi u skladu s najsvremenijim 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.

Proizvod

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 osvježavanje u svakoj prigodi. Ističe se skladom arome slada i punoćom okusa.

U skladu s trendovima na tržištu i željama potrošača, Karlovačka pivovara je u travnju 2008. predstavila novi, poboljšani okus bezalkoholnog piva *Karlovačko Rally*. Novo *Karlovačko Rally* pivo karakterizira vrlo bogata pjena, punoća, umjerena gorčina, sladni miris i okus, primjerena svježina i reskost te 0,5% vol. alkohola. *Karlovačko Rally* izrazito je osvježavajuće, uspješno gasi žeđ, te predstavlja uspješnu alternativu pivu i bezalkoholnim pićima zbog čega ga mnogi potrošači konzumiraju.

Nedavni razvoj

Karlovačka pivovara, od veljače 2008. godine, nudi potrošačima svoje *Karlovačko pivo* u novom ruhu – zelenoj boci s novom etiketom.

Novi izgled ambalaže prilagođen je pravim poznavateljima vrhunskog piva koji znaju cijeniti 154 godine dugu tradiciju kvalitete. Nova zelena boca i etiketa podrazumijevaju unapređenje postojećeg vizualnog identiteta, uz istovremeno očuvanje

vrijednosti nasljeđa, a boce 0,33 l i 0,5 l imaju elegantni dugi vrat.

U svrhu još snažnijeg naglašavanja kvalitete, tradicije i izvornosti na novoj zelenoj boci nalazi se i nova etiketa sa istaknutim imenom Karlovačkog piva, dok su u pozadini boje hrvatske zastave i elementi šahovnice. Povećani grb grada Karlovca svjedoči o dubokoj povezanosti s tradicijom proizvodnje piva u gradu na četiri rijeke od daleke 1854. godine do danas. Zlatne medalje pak govore o brojnim priznanjima koje *Karlovačko pivo* osvaja za iznimnu kvalitetu proizvoda.

Promocija

Karlovačka pivovara svojim potrošačima uz pivo najbolje kvalitete nudi i pregršt dobre zabave. Svjesna svoje društvene uloge, 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 svečanost 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“ svojevrstni su hrvatski „Oktoberfest“ koji se svake godine događa krajem ljeta. 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 kako je, uz maštovit marketinški pristup, zabava s kvalitetnim proizvodom u prvom planu – pun pogodak.

Svježim pristupom marketinškom komuniciranju u *Karlovačkoj* pivovari naglašavaju zaista hrvatski, druželjubivi 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 Korner*“. 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. *Karlovačko Korner* je i 2008. godine bio idealno mjesto okupljanja za sve ljubitelje nogometa i *Karlovačkog*. Više od 80.000 navijača posjetilo je *Karlovačko Korner* u šest hrvatskih gradova te u austrijskom Pörtlachu.

U posljednjih nekoliko godina *Karlovačko pivo* je učvrstilo svoju tržišnu poziciju i primaklo se korak bliže prosječnom potrošaču zahvaljujući, između ostalog, odličnoj i kvalitetno osmišljenoj marketinškoj strategiji. Budući da su većina potrošača *Karlovačkog* piva muškarci, posebna se pažnja pridaje upravo muškom druženju 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



JESTE LI ZNALI...

Karlovačko

- Karlovac 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.
- S jakom podrškom koju daje lokalnoj zajednici, *Karlovačka* pivovara ima značajnu ulogu kao poslodavac te nastoji doprinijeti kvaliteti života u Karlovcu i okolici.

