

# Ožujsko<sup>®</sup>

## Pivo

### Tržište

Ožujsko pivo najjači je pivski brand u Hrvatskoj, a Zagrebačka pivovara, čiji je Žuja glavni proizvod, uvjerljivo drži najveći tržišni udio. O snazi Zagrebačke pivovare, odnosno, Ožujskog piva najbolje govori činjenica kako tržišni udio



Zagrebačke pivovare iznosi 40%, što je dvostruko više od sljedećeg konkurenta.

Zahvaljujući brandovima Stella Artois i Beck's, lider je i u premium segmentu.

Zagrebačka pivovara u 2007. godini ostvarila je 5,0 posto veću prodaju nego 2006. godine, a prodaja popularnog Ožujskog piva, njihovog najprodavanijeg piva, porasla je za dva posto.

### Dostignuća

Ožujsko pivo je dobitnik mnogih zlatnih medalja i priznanja koji potvrđuju izvrsnost ovog proizvoda.

Zlatnu medalju za kvalitetu na međunarodnom natjecanju "Monde Selection" u Bruxelles-u Ožujsko pivo je osvojilo čak 4 puta zaredom. Ožujsko je, također, dobitnik prve nagrade na International Beer Award of Australia u kategoriji Najboljeg europskog lager piva.

Nagradu za dizajn ambalaže CROPAK Ožujsko je osvojilo 2007. godine, neposredno nakon lansiranja nove limenke ovog popularnog piva.

U izboru Trusted brands koje organizira publikacija Reader's Digest, u kategoriji piva Ožujsko pivo odnijelo je još jednu pobjedu. Čak 36 posto



Zakon br. 6.

**Ako je milijuni biraju,  
mora biti najbolja**



potrošača izabralo je Ožujsko pivo kao pivski brand kojem najviše vjeruje.

Bez obzira koliko cijenili mišljenje struke i brojna priznanja, u Zagrebačkoj se pivovari povjerenje potrošača smatra ipak najvećim postignućem ovog branda. Prema rezultatima velikog nacionalnog istraživanja, Ožujsko pivo najomiljenije je i najčešće konzumirano pivo u Hrvatskoj.

U Pivovari se s posebnim ponosom ističe činjenica kako se diljem Hrvatske u svakoj sekundi popije prosječno oko 10 boca Ožujskog piva!

### Povijest

Zagrebačka pivovara osnovana je davne 1892. godine kada se pokazalo kako mali zagrebački obrtnici - pivari s Gornjeg grada, nisu bili u stanju proizvesti dovoljno piva za grad koji se sve više širio i razvijao. Glavni inicijatori za gradnju nove pivovare bili su grof Gustav Pongratz i barun Petar Dragutin Turković.

Osnivačka skupština Zagrebačke pivovare kao dioničkog društva održana je 19. svibnja 1892. u prostorijama Hrvatske eskontne banke na Jelačićevu trgu. Uskoro se pristupilo izgradnji tvorničke zgrade po nacrtima arhitekta Kuna Weidmanna, a u izvedbi Janka Grahora na lokaciji Gornja Ilica.

Svečano otvorenje održano je 12. srpnja 1893. godine. Tisuće Zagrepčana pohitalo je posjetiti novo zdanje, čiji je vrt petnaest godina prije no što je Zagreb uopće dobio električnu rasvjetu bio rasvijetljen električnim svjetlom. To je bila posebna atrakcija, koju je svaki Zagrepčanin htio vidjeti i osjetiti. Pivovara je imala i sustav za hlađenje Habermann te dinamo stroj jakosti 110 volta i dva kotla volumena 64 kubičnih litara. Uz električnu rasvjetu od 12 svjetiljki, a pod zaštitom krova koji je štiti od sunca i vjetra, ondje su se građani mogli ugodno osjećati. Pivovara je tako postala sastavni dio najvećih zagrebačkih znamenitosti.

Godine 1993. pivovara



je ponovno postala dioničkim društvom, a uskoro potom i najuspješnijom hrvatskom pivovarom.

Od 1994. godine Zagrebačka pivovara je u većinskom vlasništvu korporacije InBev, najvećeg proizvođača piva u svijetu. InBev, sa sjedištem u belgijskom Leuvenu, potječe iz davne 1366. godine, a danas je vodeća svjetska industrija piva po volumenu proizvodnje, s godišnjom prodajom od preko 270 milijuna hektolitara u 2007. godini. InBev zapošljava oko 90.000 ljudi te posluje na tržištima više od 130 zemalja raspoređenih na svim kontinentima. InBev drži jedno od vodeća dva mjesta na 20 ključnih tržišta u svijetu, zahvaljujući portfoliju od preko 200 brandova. Najnovija InBevova akvizicija je američki Anhauser Busch koji u svom portfoliju ima i najpoznatiji svjetski pivski brand Budweiser.

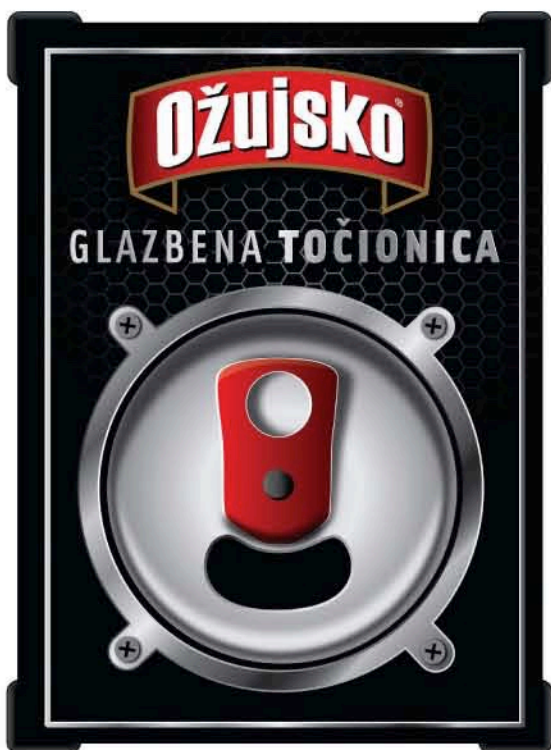
Spajanjem InBev-a i Anhauser Buscha nastaje nova kompanija pod imenom AB InBev koja će postati uvjerljivi lider na svjetskom tržištu piva i jedna od pet najvećih FMCG kompanija na svijetu.

### Proizvod

Ožujsko pivo je jedna od najstarijih robnih marki s neprekinutim kontinuitetom proizvodnje u Hrvatskoj. Prošlo je put dug 115 godina i danas se kvalitetom, dizajnom i inovativnošću čvrsto pozicioniralo kao vodeći hrvatski pivski brand.

Ožujsko pivo je specijalno svijetlo lager pivo osvježavajućeg i punog okusa koje se proizvodi od 1893. godine. Proizvodi se od prirodnih sastojaka kao što su voda, hmelj, ječam, kvasac, bez umjetnih aditiva. Puno je zlatne boje, osvježavajućeg okusa, fine gorkaste arome, pitko, sa postotkom alkohola od 5,2 posto. Poslužuje se ohlađeno na 5 stupnjeva s bijelom kompaktnom pjenom.

Ožujsko Cool najprodavanije je i najpopularnije bezalkoholno pivo na hrvatskom tržištu, a postoji od 2002. godine. Najpogodnije je za prilike kao što su bavljenje sportom, obavljanje posla, a



najviše za vozače kojima je bezalkoholno pivo Cool jamstvo sigurnosti uz zadržavanje pivskog užitka.

Svake godine u blagdansko doba, hrvatski ljubitelji piva imaju prilike uživati u jedinstvenom okusu Božićnog piva. Ovo svijetlo lager pivo predstavlja umjetnost u boci i na boci - budući da se proizvodi po posebnoj recepturi i svako izdanje Božićnog piva donosi novi vizualni identitet. Vodeća imena hrvatske likovne scene autori su etikete Božićnog piva, predstavljajući se svake godine u novom i unikatnom izdanju.

Proizvodi iz Ožujsko obitelji danas se na tržištu mogu naći u staklenim bocama od 0,25l, 0,33l i 0,5l; plastičnim bocama od 1l i 2l; limenkama od 0,33 i 0,5l te bačvama od 30l i 50l.

### Nedavni razoj

Držeći korak sa svjetskim trendovima te koristeći iskustvo i najnovija tehnološka saznanja, Zagrebačka pivovara se još jednom dokazala kao vodeći inovator na hrvatskom pivarskom tržištu lansirajući prva Ožujsko pivo u Q-pack boci od litre.

Upravo se Ožujsko pivo tržištu po prvi puta predstavlja Special Edition limenkama s posebno oslikanim motivima koji dodatno naglašavaju prave vrijednosti koje Ožujsko neprestano gradi. Zbog svoje jedinstvene tehnologije nove limenke Ožujskog piva predstavljale su inovaciju za cijelu



Europu. Vodeći se željama i potrebama svojih potrošača, 2007. godine Ožujsko pivo se odlučuje na redizajn svoje ambalaže i pakiranja. Dolazi do prekretnice na tržištu budući da je Ožujsko prvo u Hrvatskoj prešlo na zelenu bocu, do tada rezerviranu samo za premium segment. Nakon lansiranja Ožujskog u zelenoj boci, ona postaje standard u core segmentu što usvajaju i konkurentski brandovi. Nova zelena boja boce, duži i viši vrat i istaknute medalje za kvalitetu donose pozitivan odgovor potrošača, kao i nagrade za dizajn.

### Društveno odgovorno poslovanje

Poslanstvo InBeva "Postati najbolji pivar u boljem svijetu", najbolje komunicira nastojanje biti najbolji u stvaranju dugoročnih veza sa potrošačima, pritom gradeći brandove i iskustva koja spajaju ljude. Zagrebačka pivovara prva je u Hrvatskoj pokrenula kampanju odgovornog konzumiranja "Razmisli" s ciljem stvaranja boljeg svijeta u kojem se proizvodi odgovorno konzumiraju.

Svjesna svoje odgovornosti u zajednici u kojoj djeluje, Zagrebačka pivovara već godinama provodi projekt "Pivovara moj susjed", u sklopu kojeg su izvršena brojna ulaganja, od uređenja dječjih vrtića do opsežnih programa za sanaciju buke.

### Promocija

Ožujsko pivo odavno je preraslom sam pojam piva i postalo kulturni napitak mnogih generacija hrvatskih pivopija. Svoje potrošače ne smatra samo konzumentima već prijateljima koji služe kao inspiracija za sve marketinške i društvene aktivnosti. Najbolji dokaz za to je i recentna kampanja krovnog naziva Žuja zakoni - interesantna je činjenica kako je slogan "Žuja je zakon" potekao od samih potrošača. Nadalje, nadimak Ožujskom pivu - Žuja dali su potrošači te je on, danas, prihvaćen kao sastavni element komunikacije branda.

Svakako treba istaknuti kako se posebna pažnja

reprezentacije i HNS-a. Ni navijači nisu zaboravljeni jer je Ožujsko sponzor "Uvijek vjerni" - službenog kluba navijača reprezentacije.

Već godinama Ožujsko svim prijateljima nogometa nudi opširan glazbeno-nogometni program pod nazivom "Žuja i HNS tribine", poprište vatrenog ludila koje je zahvatilo cijelu zemlju za vrijeme igre hrvatske reprezentacije. Dobra glazba i navijački duh mogli su se čuti na više od 100 Žuja i HNS tribina diljem lijepe naše. Ožujsko i nogomet nerazdvojivi su tandem u svijesti najvjernijih Žuja potrošača. Ožujsko ne zaboravlja niti druge dobre prilike da stvara prijatelje, radeći na nizu aktivnosti kako bi se dale preporuke za dobru i pravilnu konzumaciju, slaganje piva sa jelima i pri raznim prigodama, o čemu najbolje svjedoči aktivacija prvog u nizu Ožujsko puba Gric & Guc, otvorenog u Rijeci.

### Vrijednosti robne marke

Ožujsko pivo vrhunsko je hrvatsko core lager pivo. Svoj uspjeh duguje kontroliranom procesu proizvodnje u kojoj se koriste samo prirodni sastojci te strogoj kontroli kvalitete.

Zahvaljujući dokazanoj kvaliteti, vrhunskom dizajnu te stalnoj inovativnosti, Ožujsko je stvorilo kulturni status postajući dijelom kulture življenja. Nezaobilazni je pratitelj vrhunskih sportskih događaja i sinonim za druženje uz dobru glazbu. Iskreno prijateljstvo, poštovanje tradicije, privrženost obitelji te nacionalni ponos su osnovne vrijednosti Ožujskog piva koje su prepoznali i milijuni potrošača. Upravo zahvaljujući potrošačima koji vjeruju Ožujskom i smatraju ga dijelom svoje svakodnevice, Ožujsko pivo je, ne samo najprodavaniji, već i najomiljeniji pivski brand u Hrvatskoj. Za sve one koji pivo ne gledaju samo kao napitak, već i kao dio društvenog okruženja dok uz prijatelje, zabavu i druženje uživaju u poznatom okusu, Ožujsko pivo se pokazuje kao najbolji izbor.

[www.ozujsko.com](http://www.ozujsko.com)  
[www.razmisli.net](http://www.razmisli.net)



Q-pack 2 l | Q-pack 1 l | Boca 0,5 l | Boca 0,33 l | Boca 0,25 l | Limenka 0,5 l | Limenka 0,33 l

pridaje kvaliteti. Samo najbolji sastojci koriste se u proizvodnji Ožujskog piva. S obzirom na tu činjenicu, a uzevši u obzir i to da Ožujsko svoje potrošače može mjeriti u milijunima, ideja za ovogodišnju kampanju je jasna - Žuja zakon br. 6. stoga glasi "Ako je milijuni Hrvata biraju, mora biti najbolja".

Ožujsko pivo u sklopu svoje Glazbene točionice dovodi vrhunske koncertne atrakcije - nezaobilazno mjesto tu, svakako, zauzima Hladno pivo, vodeći hrvatski punk-rock band. Jedno od najvećih imena svjetske heavy-metal scene, Iron Maiden, pod okriljem Ožujsko Glazbene Točionice omogućilo je nezaboravnu večer za gotovo 30.000 ljudi u Splitu. Glazbeni spektakli uz najdraže pivo i opuštenu atmosferu s prijateljima neizostavan su dio hrvatske društvene scene.

I nezaboravni trenutci hrvatskog nacionalnog sporta proslavljeni su uz Ožujsko pivo koje je, još od 1998. godine, ponosni sponzor hrvatske nogometne

### JESTE LI ZNALI...

#### Ožujsko pivo

- Ožujsko pivo ime je dobilo po mjesecu ožujku u kojem se tradicionalno proizvodilo najbolje pivo.
- Ožujsko pivo je najprodavanije lager pivo u Hrvatskoj.
- Svake sekunde u Hrvatskoj se prosječno popije oko 10 boca Ožujskog piva.
- Ožujsko je sponzor hrvatske nogometne reprezentacije od 1998. godine.
- Ožujsko Glazbena točionica je muzička platforma pod čijim se pokroviteljstvom organiziraju najveći koncerti.