

ronhill

Tržište

Na tržištu duhanskih proizvoda Hrvatske brandovi TDR-a zauzimaju leaderske pozicije. TDR-ov portfolio danas drži tržišni udio od oko 80 posto.

U 135 godina djelovanja ta je kompanija ustoličila neke od najjačih hrvatskih robnih marki, među kojima prvo mjesto svakako zauzima Ronhill. S više od 30 posto tržišnog udjela Ronhill je najpopularniji hrvatski duhanski brand i zajedno sa svojim ekstenzijama čini uvjerljivo najjaču „obitelj“ na tržištu. Drugi po važnosti brand hrvatskog tržišta, a time i TDR-a, je Walter Wolf čiji specifičan imidž i okus lojalnima čini više od 20 posto potrošača.

Stalnim ulaganjem u tržište i brandove, TDR nastavlja uspješno poslovanje izvan granica Hrvatske i regije pa je tako tijekom protekle tri godine snažno iskoristio na nova tržišta diljem Europe i Bliskog istoka. Tako sada i potrošači Italije, Španjolske, Češke, Austrije, Irana i drugih zemalja mogu uživati u jedinstvenom okusu Ronhilla.

Dostignuća

Pričati o Ronhillu znači pričati o uspjehu. Bilježeći stalan rast tijekom svojih 30 godina postojanja, Ronhill je danas neprikosnoveni lider među duhanskim brandovima u regiji. Vrhunska kvaliteta i strategija zasnovana na vlastitu „know-how-u“ temelji su toga uspjeha.

Prepoznatljivost, odnosno svijest o brandu Ronhill, kreće se od 93 posto u regiji do 100 posto u Hrvatskoj.

U 2008. godini prodano je 6 milijardi komada Ronhilla. Tržišni udio u Hrvatskoj prelazi 30 posto, što znači da gotovo svaki treći potrošač odabire upravo Ronhill.

Ronhill je brand koji objedinjuje iskustvo stogodišnje tradicije, superiorne kvalitete i inovativne tehnologije. Prepoznati kao moćno sredstvo za pozicioniranje proizvoda, briga o dizajnu i pakiranju oduvijek su bili imperativ. Između mnogobrojnih nagrada najveća je Grand Prix za



dizajn na International Advertising Awards u Londonu 1997., kada je Ronhill ušao među finaliste u konkurenciji od 1.000 proizvoda iz cijelog svijeta. Posljednji je primjer revolucionarno pakiranje „pillow pack“ nagrađeno „Zlatnom jabukom“ 2002. na Modempacku u Zagrebu.

Ronhill je proglašen i hrvatskim superbrandom, a tu „titulu“ dobiva već treću godinu zaredom.

Povijest

Godina 1979. ostat će zapisana zlatnim slovima u povijesti Tvornice duhana Rovinj. Lansirana najsvremenijim metodama marketinga, kao rezultat akumuliranog stoljetnog iskustva, tradicije te suvremene prakse i saznanja, rodila se, danas najsjajnja zvijezda TDR-ova asortimana, kapitalna, napredovanja marka cigareta ovog područja - Ronhill.

Ronhill Filter, originalna rovinska cigareta, svojom je kvalitetom i jedinstvenim okusom odmah postala konkurentnom i brzo zadobila povjerenje i naklonost mnogobrojnih pušača. S razvojem i ekspanzijom Tvornice duhana Rovinj i Ronhill je širio svoje tržište, osvajajući zemlje bivše Jugoslavije, a nakon toga i okolne države. Iz godine u godinu broj poklonika Ronhilla je rastao zajedno s pojavljivanjem novih ekstenzija. Prva u nizu bio je Ronhill Blue 1985., klasik koji i danas ima velik broj vjernih potrošača.

Kako su inovacije oduvijek bile najvažnije sredstvo TDR-a u borbi s konkurencijom, prava prekretnica događa se 1994. godine, kada je lansirana ekstenzija „lights“.

To je prva „lights“ cigareta i pravi tržišni „boom“ koji je Ronhillu osigurao poziciju lidera. Ronhill lights bio je revolucionarna inovacija koja je najavila novi trend u duhanskoj industriji regije.

Proizvod

Danas obitelj Ronhill broji 8 članova: Ronhill, Ronhill Rich, Ronhill White, Ronhill White 100s, Ronhill Silk White, Ronhill Ultima, Ronhill Menthol te Ronhill Slims.

Tijekom razvoja Ronhilla provedeno je uistinu mnogo vremena istražujući kakav okus i jačinu cigarete preferira suvremeni sofisticirani potrošač, koja je idealna duhanska mješavina te koji su najprimjereniji repromaterijali - od acetatnog vlakna, filtera, cigaretnog papira itd.

Nepuna čita desetljeća evolucijskog razvoja količina katrana, kao najštetnije dimne komponente,



smanjila se s početnih 24 mg na današnjih 2 mg.

Ronhill se proizvodi u skladu s najstrožim zakonskim regulativama EU-a te je vlasnik certifikata „Lloyd's register quality assurance“ za sustav upravljanja okolišem po normi ISO 14001.

S cijem da, u skladu s filozofijom Ronhilla, stalno bude korak ispred i da postavlja trendove, Ronhill je 2002. godine prvi uveo tzv. „pillow pack“, pakiranje zaobljenih rubova kutijice.

Još su jedna od posebnosti Ronhilla i tzv. Limited Edition izdanja koja su svojom inovativnošću i originalnošću, upotrebom novih materijala i tehnologija dodatno podčitala imidž Ronhilla te su postala kolekcionarskom vrijednošću.

Nedavni razvoj

Godina 2007. bila je godina velikih promjena za Ronhill.

Započela je lansiranjem nove ekstenzije Ronhill Rich - za potrošače koji cijene bogatu aromu i okus „full flavour“ cigarete, a nastavljena predstavljajući redizajn cijele linije.

Redizajn je Ronhillu podario novu svježinu i još jasniju diferencijaciju subbrandova ne gubeći pritom poznate vrijednosti dizajna Ronhilla.

Novi vizualni identitet izvršno je prihvaćen i od potrošača i od struke. Također, sredinom godine Ronhill se preselio u nove proizvodne pogone u Kanfanaru pokraj Rovinja. Najmoderniji pogon u ovome djelu Europe omogućit će daljnji razvoj Ronhilla i ostanak na čelu regionalnih duhanskih



spunjava, Ronhill je inspiracija i za neke od klasika hrvatskog oglašavanja, kao što su npr. slogan „Pozdrav iz Rovinja“ te

nezaboravna kampanja „Dobar proizvod je dobar proizvod, ma koliko mi šutjeli o tome“.

Svjestan svoje uloge i društvene odgovornosti, Ronhill je svoj ugled gradio promicanjem društveno korisnih sadržaja i aktivnosti: umjetnosti, kulture i sporta. Bio je pokrovitelj mnogih kulturnih događanja, kao što je svjetski triennale keramike, izložba srednjoeuropskoga baroka, pomogao je u obnovi dotrajalih i nišom razrušenih spomenika i katedrale u Osijeku te kipa sv. Eufemije u Rovinju. Ronhill je bio dugogodišnji domaćin Ronhill ACI match racea, jednog od najuglednijih međunarodnih

jedničkarskih natjecanja. Osim toga, pokrovitelj je hrvatskih trofejnih sportova i njegovo su ime pronijeli neki od najvećih sportaša, kao što su Dražen Petrović, Goran Ivanišević, Peter Gilmore...



brandova. U novim kanfanarskim pogonima moguća je proizvodnja više od 85.000 cigareta u minuti.

Godina 2009. protekla je u velikom Ronhillovom jubileju – proslavi 30-og rođendana, odnosno tri desetljeća trnovitog, ali strelovitog tržišnog uspjeha. Svoj rođendan Ronhill je proslavio sa svojim potrošačima diljem regije i tim povodom na cijelu liniju aplicirao rođendansku markicu u 3-D efektu, s prorezom u prirežu. Za kraj godine lansirao je Ronhill anniversary edition – limitirano luksuzno izdanje Ronhill White-a, samo za najvjernije potrošače i njihovu kolekciju.

Promocija

Kao pravi superbrand, Ronhill u svim svojim aspektima nastoji biti lider, prvi među najboljima. Jedno od polja na kojem se to najbolje očituje svakako je promocija Ronhilla i njegovih atributa vrijednosti. Unatoč jakoj konkurenciji, osobito proizvoda s inozemnih tržišta, i sve strožih zakonskih regulativa u oglašavanjima duhanskih proizvoda, Ronhill svejedno uspjeva ostati inovativnim i originalnim u komunikaciji s potrošačima.

Sa sigurnošću se može reći da uz vrhunsku kvalitetu proizvoda najveću ulogu u uspjehu Ronhilla ima upravo jedinstveni marketinški pristup. Ronhill u svojoj komunikaciji potrošaču uvijek nudi više, on ga zabavlja, čudi, tjera na razmišljanje i poziva na uživanje. Zanimljiv je, opušten i svjež, nudi obećanje ugodnoga mediteranskog užitka i to obećanje



Vrijednosti robne marke

Tijekom gotovo 30 godina postojanja Ronhill je postao zaštitni znak Tvornice duhana Rovinj i sinonim za kvalitetnu cigaretu. No, Ronhill je zapravo više od cigarete, on prenosi jednu životnu filozofiju.

Ronhill utjelovljuje ležeran i lagodan stil života, užitek mora i sunca i prenosi duh i okus Mediterana svim svojim potrošačima. On je tu da ugodi svojim potrošačima, uz njih je u mnogobrojnim situacijama, uvijek usko vezan uz užitek i ugodno provedeno vrijeme.

Ronhill povezuje ljude, on je motiv druženja i ravnopravan sudionik svake zabave.

Ronhill je prijatelj ljudi koji žive svoje snove, znaju prepoznati i iskoristiti užitke koje život donosi.

www.tdr.hr

JESTE LI ZNALI...

Ronhill

- Na ovim prostorima prva sadnja duhana obavljena je sredinom 16. stoljeća, samo 100 godina nakon što ga je Kolumbo donio u Europu s američkog kontinenta.
- Ime Ronhill dolazi od riječi „Rovinj“ i „hill“, što znači rovinjsko brdo.
- TDR je nekada bila najmanja od 14 tvornica duhana na ovim prostorima, a danas je „broj jedan“ u regiji.
- Svaki treći pušač u Hrvatskoj konzumira cigaretu Ronhill.
- Kad bi od godišnje proizvodnje Ronhilla napravili jednu jako dugačku cigaretu, ona bi opasala ekvator čak 15 puta.
- Ronhill je svjetska cigareta, ne samo po svojoj kvaliteti, već i zato što se konzumira i u raznim krajevima svijeta: Italija, Austrija, Španjolska, Češka, sve zemlje bivše Jugoslavije, pa čak i Iran.
- Nekad su rovinjske supruge, dok su njihov muževi mornari plivali svjetskim morima, vrijedno sakupljale duhan i ručno izrađivale cigarete. Tako su nastali temelji buduće Tvornice duhana Rovinj, a supruge su dobile naziv „tabakine“.
- Naziv jedinstvenog Ronhillova pakiranja „pillow pack“ u prijevodu s engleskoga znači - jastučnica.