

TUBORG

THE FUN STARTS HERE

ПАЗАР

Биреният пазар в България е силно конкурентен, с общ обем на консумирано пиво около 4 800 000 литра годишно, което приблизително прави 60 литра на глава от населението (Източник: Съюз на пивоварите в България).

Carlsberg Breweries A/S, чиято собственост е и марката Tuborg, стартира дейността си в България в началото на 2003 със закупуването на двете местни пивоварни „Шуменско пиво“ и „Пиринско пиво“. Официално обединяването на двете предприятия под името „Карлсберг България“ става през септември 2004.

Тогава започва и местното производство на лицензионната марка Tuborg в модернизиранията фабрика в Шумен.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

Tuborg е една от най-бързо развиващите се бирени марки в България.

Доказателство за това е, че през 2006 г. тя вече заема 26% пазарен дял в премиалния сегмент.

В световен мащаб Tuborg също е във водещата тройка на най-добре развиващите се марки в семейството на Carlsberg Breweries A/S.

Произведеният в България Tuborg заема първо място по качествени показатели в системата на Carlsberg Breweries A/S.

Наред с бързо покачващите се продажби на Tuborg, марката печели и имиджови награди, свързани с адекватното ѝ маркетингово представяне. Първият такъв приз е от месец май 2005 г., когато агенцията Noble Graphics Creative Studio, която работи за творческото развитие на марката, получава златен медал в категорията „Вътрешна реклама“ на фестивала на Асоциацията на рекламните агенции в България. „Филмовата серия“ на Tuborg е кампания, целенасочено разработена за най-големите в страната мултиплексни кина



„Арена“, където освен с най-новите филми, човек може да разпусне и с пивкия Tuborg и невероятните му филмови изображения.

През 2006 г. рекламната агенция е отличена с първа награда в категориите „Преса“ и „Външна реклама“ за кампанията „Партита“. Същата кампания на Tuborg е селектирана за участие на фестивала Golden Drum. Това е един от най-престижните европейски рекламни фестивали, който се провежда всяка година в словенския курорт Порторож.

ИСТОРИЯ

Историята на Tuborg започва през 1873 г., когато група датски банкери и индустриалци купуват имението на сънародника си Йонас Туе, което той е кръстил на себе си Tuesborg. На 13 май 1873 г. те основават Aktieselskabet Tuborgs Fabrikker. Първоначално – освен с пивоварство – новата компания се занимава с производство на стъкло и с търговия на гребно.

Пивото става основна дейност на фабриката с пристигането на майстора пивовар Ханс Бекевол. Той е получил своето образование в Германия и започва да експериментира с Pilsner тип пиво.

На 1 май 1880 г. за първи път се появява Tuborg Pilsner. По-късно същата година новият изпълнителен директор на компанията Филип Хейман закрива всички останали производства и концентрира ресурсите и усилията на фирмата в една-единствена посока – производство и разпространение на бира Tuborg. През 1911 г. Tuborg започва официално да се изнася в Англия, а през 1914 г. компанията получава статут на официален доставчик на датското кралско семейство. През 1926 г. и шведското кралско семейство избира вкуса и качеството Tuborg.

В края на 1970 г. пивоварната Tuborg и конкурентната ѝ дотогава бирена фабрика Carlsberg, основана през 1847 г., се обединяват под името



United Breweries. През 1987 г. биреният концерн се преименува на Carlsberg Breweries A/S. В момента компанията е петият в света производител на бира. Марката Tuborg се произвежда в повече от двадесет страни, сред които и България, и се продава в над 120.

ПРОДУКТЪТ

Tuborg е пивка бира от типа Pilsner, произведена от най-добрия хмел, висококачествен ечемик и чиста вода. Тя се предлага в стъклени бутилки от 330 мл и 500 мл с уникалните за пазара лесно отваряеми капачки, в кен от 500 мл и наливна.

Марката е пионер в лансирането на мултипак от шест бутилки, опаковани в специално фолио. Tuborg се позиционира в българския пазарен сегмент на лицензионните бири, като основната ѝ целева потребителска група са динамичните млади хора с екстровертно отношение към живота, търсещи разнообразие, емоции и забавления.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

От ноември 2006 г. Tuborg представя на българските си клиенти нов продукт – тъмен Tuborg. За първи път в страната зимна бира се предлага в синя стъклена бутилка, чийто външен вид носи коледно и новогодишно настроение. С тази бира в България се дава начало на коледните и новогодишните празници по начина, по който това става – и се е превърнало в традиция – в родината на Tuborg и Carlsberg – Дания. Всяка година месец преди Коледа в една определена вечер цяла Дания е в очакване на „синия“ Tuborg, който идва точно в 21,00 ч. под звуците на популярната мелодия Jingle Bells. Така започва нощният купон, който продължава до зори и се отличава с настроението, което в България е характерно за самата новогодишна нощ.

ПРОМОЦИЯ

Веднага след навлизането си като лицензионна марка в България през 2004 г. Tuborg става основен партньор на най-грандиозните музикални събития в страната. Tuborg спонсорира концертите на Питър Дъблин, Ибрахим Ферер, „Крафтвърк“, „Блек Сабат“, „Megadeth“, Сезария Евора, „Стерео ЕмСи“,

„Фиш“, „Фън Лавинг Криминалс“, „Левъл 42“, многобройни диджей партита и др. Така марката с основане си спечелва славата на най-музикалната и купонджийска кехлибарена напитка. Всички тези музикални събития са посетени от около 100 000 души.

През 2006 г. Tuborg не е просто поредният спонсор на дългоочаквани концерти. Марката разработва цялостна музикална концепция, с която активира всички нива на комуникация и продажби. Основните механизми на промоцията са изпращането на sms регистрации в интернет страницата www.tuborg.bg.

В резултат на кампанията сайтът е посетен от над 10 000 души. Други 300 000 души са се включили в играта за изпращане на уникалния код, който се крие под всеки Tuborg етикет.

Една от най-атрактивните инициативи по време на музикалната промоция е пристигането на специално брандиран Tuborg автобус. Отвътре той е модерно оборудван като луксозен хотел. Автобусът не служи само като външна атракция. Той осигурява комфортно и незабравимо пътуване на трима късметлици, участвали в кампанията, през

цяла Западна Европа до датското градче Роскилде, където се провежда най-големият рок фестивал в Дания. По време на фестивала през 2006 г. на седем сцени се изявяват близо 150 музиканти, сред които Боб Дилън, „Гънс енд Роузис“, ХИМ, „Пласебо“, „Сизър Систърс“ и др. Роджър Уотърс изпълнява на голямата сцена на Роскилде целия концептуален албум на „Пунк Флойд“ – The Dark Side of the Moon. За пет дни Роскилде събира над 75 000 меломани от близо петнадесет страни, които от 30

години разпускат единствено с Tuborg по време на събитието.

През юни 2006 г. Tuborg събвда мечтите и на петима български фенове на легендарната група „Депеш Мог“, като ги среща с членовете на бандата часове преди грандиозния им концерт в София. Четири месеца по-късно Tuborg предоставя и среща с незабравимите „Дюран Дюран“. Петима щастливци имат уникалния шанс да се запознаят със своите любимици преди старта на концерта им в София на 20 октомври. Tuborg подари билети за концерта на още 100 фенове на групата, които са се регистрирали в сайта на Tuborg.

През същата година Tuborg съдейства за идването в България на „Симпли Ред“ и Браян Адамс.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Tuborg е световноизвестна марка бира с традиции и качество, което не се променя през годините. Основните ценности, към които се стреми брандът, са младежки и свободен дух, ентусиазъм, оптимизъм и привлекателност.

www.tuborg.bg

ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

TUBORG

- Видът Tuborg, който се произвежда в пивоварната на „Карлсберг България“ в Шумен, е Зелен Tuborg. След изследване на потребителските вкусове у нас се оказало, че той отговаря в по-голяма степен на предпочитанията на българския потребител в сравнение със Златния Tuborg, който е популярен на други пазари по света.
- Месеци след лансирането на марката телевизионният клип на Tuborg е номиниран като една от най-добрите реклами в България, а песента на Серджо Рюо – „Paqazaar“, избрана за кампанията, се задържа на челните места в музикалните чартове в продължение на шест месеца.
- Разработената в България творческа концепция „Tuborg партита“ се използва и в други страни. Тя става част от рекламните кампании на бранда в родината му Дания, в Сърбия и Украйна.

