

Carlsberg Srbija

TRŽIŠTE

Pivo, za koje se veruje da je najstarije piće na svetu, a danas je sigurno najpopularnije, ima dugu istoriju i na tlu današnje Srbije. Pivara u Čelarevu je 2012. godine obeležila 120 godina od osnivanja, a akvizicijom ove pivare 2003. godine na srpsko tržište stigao je Carlsberg, svetski poznati proizvođač piva. Kompanija Carlsberg Srbija deo je *Carlsberg Srbija Grupe*, koja obuhvata poslovanje pivare u Srbiji, Omoj Gori i Bosni i Hercegovini. Sva tri tržišta pripadaju regionu *Carlsberg jugoistočna Evropa*. Sa 12 brendova i šest ekstenzija, Carlsberg Srbija danas drži „srebrnu“ poziciju u domaćem pivarstvu. U jubilarnoj godini izvezeno je čak 25,1 odsto ukupne proizvodnje u zemlje regiona, među kojima su Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Hrvatska, Austrija, Nemačka, Švajcarska, Slovenija, Makedonija. Pored globalnih strateških projekata u kojima učestvuje, pivara u Srbiji ima pomoć svih sestrinskih kompanija, koje posluju na 150 tržišta širom sveta. Razmena iskustava čini neprocenljivo bogatstvo kompanije Carlsberg, dok poslovni rezultati neprestano potvrđuju stabilan rast kompanije Carlsberg Srbija – učešće kompanije na srpskom tržištu piva iznosilo je krajem 2012. godine 27,4 odsto, što predstavlja najveći udeo od dolaska u Srbiju.

DOSTIGNUĆA

Tokom decenije poslovanja u Srbiji, pivara Carlsberg investirala je oko 170 miliona evra u proizvodnju, razvoj novih brendova i kanala distribucije, izuzetno vodeći računa o očuvanju prirodnih neobnovljivih resursa i uštedi energije.



Carlsberg Srbija je 2012. prva u zemlji dobila dozvolu za distribuciju i prodaju superkomposta, oplemenjivača zemljišta koji je nusproizvod stanice za preradu otpadnih voda. Ovu uspešnu praksu preuzele su i druge zemlje. Poslovni uspeh kompanije Carlsberg Srbija potvrđen je mnogim nagradama. Među „najsvežijim“ su tri nagrade koje su osvojili brendovi LAV i Somersby, koje je kompaniji dodelilo Udruženje za tržišne komunikacije Srbije (UEPS).

LAV brend je osvojio dve „bronzne“: u kategoriji Najbolja integrisana promo kampanja u industriji pića, za kampanju „Radi kako misliš, živi kao lav“, kao i sajt LAV, u kategoriji Najbolji veb-sajt. Somersby brend je dobio srebrno priznanje u kategoriji Najbolja brend PR kampanja za „Nestvarna istorija, stvarno osveženje“. Klub privrednih novinara je u izboru kompanija koje su obeležile 2012. godinu dodelio priznanje kompaniji Carlsberg Srbija u kategoriji Investicije i inovativnost u proizvodnji. Tuborg je dve godine zaredom osvajao nagrade Najbolje iz Srbije kao najbolji inostrani brend sa statusom domaćeg proizvođača, a istu nagradu je osvojio je i brend Carlsberg. Među priznanjima Privredne komore Srbije ističe se nagrada pivari za rezultate u poslovanju i doprinos razvoju i unapređenju privrede Republike Srbije u 2010. godini, a kompanija je osvojila i nagradu za Najbolje povećanje vrednosti poslovanja na menadžerskoj konferenciji *Carlsberg Grupacije*, održanoj u Rusiji. Carlsberg Srbija je od organizacije *Lloyd's Register* za Srbiju primila sertifikate povodom uspešne implementacije Integrisanog sistema upravljanja IMS.

Ovaj sistem omogućava podršku viziji kompanije – da LAV postane vodeći pivski brend u Srbiji, a kompanija najpoželjniji partner kupcima.

ISTORIJA

Čuveni srpski veleposednik Lazar Dunderski je osnovao 1892. Pivaru Čelarevo, koja je u to doba godišnje davala 10.000 hektolitara piva. Pošto



je po završetku Drugog svetskog rata pivara postala društveno vlasništvo, pivara je do 1975. godine proizvodila oko 150.000 hl piva godišnje. Od tog vremena počinje njen tehnološki uspon. Tokom 1980. godine sagrađena je najmodernija hala sa linijama za otakanje piva u flaše i u burad, kao i moderni sistem hlađenja, a deset godina kasnije montira se najsavremenija, potpuno automatizovana variona, kapaciteta 1.200.000 hl piva godišnje. Privatizacija Čelareva 2003. godine jedna je od najuspešnijih u Srbiji, a kompanija Carlsberg postala je jedan od najvećih stranih investitora u srpsku privredu. Zalaganjem zaposlenih, pivara u Čelarevu je zadovoljila standarde i kvalitet, pa je 2005. ponela prestižno ime Carlsberg Srbija d.o.o. i postala deo međunarodnog koncerna za proizvodnju piva *Carlsberg Breweries A/S*. U toku svoje istorije, Čelarevo je proizvodilo Dundersko pivo, Čib pivo, Tref zlatno pivo, Standard pivo, Herkules cmo pivo, Export ala Pilsen, Novosadsko pivo, Specijalno cmo pivo, LAV pivo-specijal.

PROIZVODI/USLUGE

Brižljivo selektovane sirovine svrstavaju Carlsberg pivo među najcenjenija piva na svetu. LAV je tradicionalno pivo vrhunskog kvaliteta i najpoznatiji brend proizvodnog portfolija kompanije Carlsberg Srbija. Reč je o svetlom Pilsner pivu punog ukusa, karakteristične prijatne arome i izbalansirane gorčine, koje sadrži 5% alkohola i 11,13% ekstrakta. Tuborg Green, koji se proizvodi u pivari u Čelarevu od 2004, predstavlja prvi internacionalno priznat brend proizveden u Srbiji. Tuborg je na svetskom tržištu prisutan još od davne 1880. godine, a Tuborg Green je trenutno vodeći evropski brend koji se proizvodi u dvadesetak, a može se naručiti u više od 120 zemalja širom sveta. Tuborg Green je svetlo pivo boje čilibara koje pleni osvežavajućim i umirujućim gorkim ukusom.

Sadrži 10,3% ekstrakta i 4,6% alkohola. Carlsberg pivo sadrži 5% alkohola i 11,3% ekstrakta i autentično je lager pivo svetlozlatne boje, bogate pene i prijatne gorčine, koji potiču od aromatičnih i posebno izabranih vrsta hmelja. Očuvanog organoleptičkog balansa i izuzetnog kvaliteta, Carlsberg pivo pripada kategoriji Premium brendova. Neponovljive arome i punog ukusa, proizvodi se od najboljih vrsta slada, što mu daje naročiti kvalitet. U proizvodnji Carlsberg piva upotrebljava se specifični kvasac iz roda *Saccharomyces cerevisiae*, koji se proizvodi isključivo u *Carlsberg Research centru*. Kompanija Carlsberg Srbija iz godine u godinu beleži uspehe donoseći nove ukuse, da bi danas tržištu mogla da ponudi i LAV Twiist, novo radler pivo sa ukusima limuna, pomorandže i crvenog grejfrut, Merak, Budweiser Budvar, Coronu, Kilkenny, Guinness, Erdinger, 1664 i Grimbergen, kao i piće iz kategorije cider, Somersby, sa ukusima jabuke, kruške i kupine.

NAJNOVIJI PODUHVA TI

Zahvaljujući postojanosti u kvalitetu i značajnim inovacijama, LAV je postao sedmi najveći lokalni brend u okviru *Carlsberg Grupacije* u Evropi. LAV pivo je sada dostupno u 0,4 l nepovratnoj staklenoj ambalaži, koja je potpuni novitet na srpskom tržištu piva. Carlsberg Srbija je 2012. godine obeležila 120 godina postojanja Pivare u Čelarevu proizvodnjom Dunderski piva u čast osnivača pivare, Lazara Dunderskog. Iako je reč o limitiranoj ediciji, specijalno dizajnirano i spravljeno pivo našlo se i u slobodnoj prodaji u ambalaži od 0,4 l. Carlsberg Srbija svoju leadersku poziciju duguje i brojnim inovacijama kojima je obradovala potrošače. Novi brendovi su LAV Twiist, Somersby Apple, sajder sa ukusom jabuke, kruške i kupine, dok je poznati brend LAV dobio novo ruho. Carlsberg Srbija je nedavno obogatila asortiman pivom LAV MINI, u nepovratnim bocama od 0,25 l.



PROMOCIJA

Carlsberg Grupacija je osmislila posebnu politiku marketinških komunikacija, zahvaljujući kojoj sve kompanije u okviru nje pažljivo i odgovorno reklamiraju svoje proizvode. Kompanija naročito deluje u oblasti zaštite životne sredine, odgovorne konzumacije alkohola, ulaganja u lokalnu zajednicu i očuvanja kulturnog nasleđa. Za projekat „Ozelenjavanje i uređenje Čelareva i



podizanje drvoreda Čelarevo – Bačka Palanka“ Carlsberg Srbija je dobila od Republike Srbije prestižnu nagradu Zeleni list. Postala je i zvanični staratelj parka zamka Dunderski. Ekološki entuzijasti među zaposlenima, na čelu sa Gaborom Bekefijem, generalnim direktorom kompanije Carlsberg za jugoistočnu Evropu, učestvovali su 2011. u volonterskoj akciji „Radni dan za prirodu“ u Obedskoj bari. Carlsberg

Srbija je otvorila Muzej piva, prvi u Srbiji. Kao višegodišnji sponzor srpskog fudbala, ali i promoter reciklaže, pivara je realizovala akciju tokom koje su svi navijači Crvene zvezde i Partizana mogli besplatno da uđu na utakmice dve prazne limenke piva. Carlsberg Srbija je sa brendom LAV „pomirila“ vešte rivala tako što je postala sponzor oba kluba, a pokrenuta je i nova kampanja „Igra i strast“, koja će biti posvećena svim ljubiteljima fudbala u Srbiji. Brinući o razvoju lokalne zajednice u Čelarevu, kompanija pruža podršku lokalnim inicijativama i organizacijama. Carlsberg Srbija je uložila preko 100.000 evra u različite programe stipendiranja, sa idejom da budući stručnjaci znanje primene u Srbiji. Carlsberg Srbija je nosilac baklje *Call to Action 2015* koju je pokrenulo dansko ministarstvo spoljnih poslova sa ciljem poboljšanja ekonomskog položaja žena u društvu. Kao prva kompanija koja je uvela Integrisani menadžment sistem – IMS, Carlsberg Srbija je godinama generalni sponzor „Nedelje kvaliteta“ u Privrednoj komori Srbije.



VREDNOSTI BREND A

Zahvaljujući poverenju svojih potrošača LAV pivo je postalo zaštitni znak kompanije Carlsberg Srbija. Vrednosti brenda LAV čine njegov kvalitet, autentičnost, inovativnost i snaga, a proizvod je namenjen potrošačima koje karakteriše ponos, iskrenost i samopouzdanje. Ove vrednosti su utkane u slogan brenda „Radi kako misliš, živi kao LAV“, što čini svojevrsnu filozofiju snažne osobe koja u svakom trenutku zna šta želi i kako da to ostvari. LAV pivo uliva poverenje da će budućnost biti doba prepuno samopouzdanja. LAV je i jedan od najznačajnijih i najvećih prijatelja fudbala u Srbiji, „12. igrač“ na terenu, čime je postao neizbežan izbor prilikom „muških“ druženja. Autentičnim reklamama LAV pivo poziva na druženje u svakom trenutku, ma gde se nalazili – „Ibica ili Ivanjica“, na zabavu i lude provode – „Uspomene – ili ih imaš ili ih stvaras“, motivišući nas da budemo svoji i jedinstveni „Žene – ili pričаш ili radiš“. Tržište u Srbiji je veoma konkurentno, a zahtevi potrošača neprestano rastu. Zaposlenima u kompaniji Carlsberg Srbija to je motiv više da budu prvi u pogledu inovacija, kvalitetnih brendova, stručnjaka kao i u gradnji odnosa poverenja sa kupcima.

ONO ŠTO NISTE ZNALI CARLSBERG

- Jedan fjord na Grenlandu, kao i ledeni greben u Indijskom okeanu, nose naziv Carlsberg u čast sponzora ekspedicija koje su ih otkrile.
- Lazar Dunderski bio je veliki boem. Jednom prilikom je u blatnjavim čizmama i paorskom odelu ušao u luksuzni peštanski „Grand hotel“, u kome su sedeli mađarski plemići. Naručio je pivo i pio ga bez čaše. Da bi ga ponizili, plemići su naručili od konobara bocu šampanjca, ali da se hladi u kibli punoj hladnog piva. Dunderski ih je mirno pogledao i naručio još jedno pivo, ali da se hladi u kibli punoj – hladnog šampanjca!
- Slonovi na ulazu u Carlsberg-ovu fabriku u Kopenhagu simbolizuju četvoru dece Karla Jakobsena, osnivača pivare Carlsberg.
- Pivara u Čelarevu zapošljava četiri stručnjaka sa zvanjem mastera u proizvodnji piva, i sve su žene.