



ПАЗАР

„Каменица“, собственост на най-големия бирен гигант в световен мащаб – InBev, предлага на българския потребител международен опит в производството на висококачествена бира и богат асортимент. „Каменица“ заема първо място по продажби в страната с пазарен дял от 30%. Пивоварната е лидер по продажби за 2005 г. и първата половина на 2006 г. За първото шестмесечие на 2006 г. „Каменица“ АД е продала общо 741 869 хектолитра пиво, което се равнява на 370 935 халби от всички марки, които компанията представя на българския пазар – „Каменица“, „Славена“, „Бургаско“, „Плевен“, „Астико“, Stella Artois, Beck's и Starobraten. Сред тях водещо място по продажби заема „Каменица“ с пазарен дял от 17% (Източник: AC Nielsen). Продажбите ѝ за 2005 г. възлизат на 774 238 хектолитра пиво, а за първата половина на 2006 г. – на 472 000 хектолитра.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

С раждането на „Каменица“ през 1881 г. се поставя началото на пивоварната индустрия в България. От създаването си до сега компанията има водеща позиция на пазара на бира у нас и е известна със своя новаторски подход. „Каменица“ е отличена с многобройни престижни награди от български и международни изложения.

Някои от тях са още от края на деветнадесети век като например почетен диплом на Първото българско земеделско промишлено изложение в Пловдив през 1892 г., златен медал на Exposition internationale de boissons fermentees hygieniques в Брюксел през 1893 г. и бронзов през 1894 г., сребърен медал на Колумбовото изложение в Чикаго



през 1893 г. Пивоварната е носител на златен медал на Международния панаир в Пловдив през 1962 г. „Каменица“ АД единствена предлага безалкохолна бира на българския пазар – „Каменица 0%“. През 2005 г. „Каменица“ въвежда и напълно непознатия за българина сегмент „бяла бира“ чрез „Каменица Бяло“. Сред най-големите постижения на марката е специалната разработка с хмел от вида „Халертау“ – „Каменица Екстра“, която три години подред печели златния медал на Световното изложение в Брюксел. Марката разработва сегмента на тъмната бира в България, като днес притежава над 60% от него.

производството до 300 хиляди хектолитра през 1967 г. и до 383 хиляди хектолитра през 1970 г. Нови реконструкции и модернизации през 1985 г. увеличават производството на 525 хиляди хектолитра годишно. През 1995 г. „Каменица“ АД става собственост на най-големия пивовар в света – InBev. Приватизацията на пивоварната дава тласък в развитието на марката и ѝ осигурява лидерска позиция на българския пазар.

През 2006 г. „Каменица“ отпразнува 125-ия си рожден ден.

ПРОДУКТЪТ

Високото качество на „Каменица“ и богатството ѝ разнообразие са причините тя да бъде предпочитана на българския пазар. Погмарката „Каменица“ днес се произвеждат шест напълно различни вида бира – „Каменица Светло“, „Каменица Тъмно“, „Каменица Бяло“, „Каменица Екстра“, „Каменица Червено“ и „Каменица 0%“. „Каменица Светло“ е лидер на пазара на светлата бира у нас. Използваните в производството ѝ висококачествени маляци и отбран хмел определят характерния ѝ лекогорчив вкус.

„Каменица Червено“ е създадена по рецепта на „Старопрармен Гранат“ и е подходяща за всички сезони. Тя се отличава с приятен вкус с ирландски акцент на маляци и с традиционния за червената бира карамелен дъх. Отличното качество на „Каменица Екстра“ се дължи на превъзходния балансиран вкус



с аромат на прочутия германски хмел „Халертау“. „Каменица Тъмно“ е с вкус на специално изпечен маляци и лек карамелен дъх. Наследила е черното пиво „Каменица“ от 1892 г., когато е представена на първия Пловдивски панаир. „Каменица Бяло“ е нефилтрирана бира с истински, естествено мътен цвят и натурален вкус. Безалкохолната „Каменица 0%“ е малцова бира, която е свежо решение за различните моменти от деня – по време на работа, шофиране или почивка. Тя доставя неподправено удоволствие, като същевременно помага да се запази пълен контрол във всяка ситуация.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

Марката получава много сериозен тласък през 1995 г., когато „Каменица“ АД става собственост на най-големия пивовар в света – InBev. В резултат на тази сделка през последните десет години „Каменица“ прави редица иновации и развива пазара на бира като цяло.

„Каменица“ АД е един от най-големите инвеститори на българския пазар. Общият размер инвестиции за периода 1997–2005 г. възлиза на 86,3 милиона лева. Чрез увеличаване на производството си в България и поддържането на национална търговска и дистрибуторска мрежа компанията допринася за развитието на икономиката в страната. В пивоварните в Пловдив и Хасково, в производството на маляци в Плевен, както и в административната и управлението на „Каменица“ АД са заети общо 750 души. Внушителен е и броят на работните места, които компанията създава благодарение на широката си мрежа от партньори – подизпълнители, доставчици, търговци на едро и дребно и други.

ПРОМОЦИЯ

Сюжетите на рекламите и посланията в промоциите на „Каменица“ създават усещането за споделена обща емоция – музикална, футболна, лятна и дори екстремна. Рекламната комуникация и промоционалните активности на марката са свързани с актуални и ценни за нейните потребители теми.

Такива например са музиката и спортът, в областта на които „Каменица“ непрекъснато провежда различни кампании. Една от водещите инициативи на марката е Националният турнир по футбол за фенове – „Каменица“ ФЕНКула“. Всяко лято от 2003 г. насам любимата бира на българите осигурява условия на всички футболни фенове да изият таланта си и да участват в турнира. От 1999 г. „Каменица“ е спонсор на Националния отбор по футбол, като си сътрудничи успешно с Българския футболен съюз. Марката създава и първия по рода си фенклуб на Националния отбор по футбол – „Каменица“ ФЕНКлуб“, чийто почетен председател е легендарният стратег Димитър Пенев.

„Каменица“ е спонсор и на редица музикални прояви, сред които са концертите в България на световните рок гиганти „Дийп Пърпъл“, „Скорпионс“ и „Хелоун“, както и на Стинг, 50 септ, Били Айдул, Ерос Рамацоти, The Cult, Себастиан Бах и др. По този начин „Каменица“ се превръща в част от живота на феновете в България и затвърждава традиционната връзка на марката с хубавата музика. „Каменица“ традиционно подкрепя и годишните награди на БГ радио. По повод 125-ия си рожден ден „Каменица“ реализира редица инициативи, насочени към потребителите, служителите на компанията и партньорите си. За празника си „Каменица“ зарадва жителите на Пловдив, като реновира парка пред пивоварната и инсталира истински меден съд, който е символ на пивоварната традиция в града. Мястото вече е едно от най-приятните за разходка в Пловдив.



ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

„Каменица“ се асоциира с приятни емоции, спонтанни и динамични изживявания. Тя създава атмосфера и обогатява усещането за близост и споделено разбиране по един оригинален и вълнуващ начин. Доставка



свежото и приятно усещане, че човек е част от приятелска компания и със своето присъствие в нея допринася за облика ѝ. Т.нар. male bonding – истинското мъжко приятелство, е сред водещите емоционални стойности, на които „Каменица“ залага.

ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

КАМЕНИЦА

- За последните десет години българите са изпили над 650 милиона литра бира с марка „Каменица“.
- Пивоварната в Пловдив е построена на място с бликащи подводни води, което се смята за „изчезналото“ осмо тече на гревния град Филипопол.
- В миналото мястото е било известно с името Петрица, а по-късно е наречено Каменица тече поради каменистия му характер и добива на строителен материал от него.
- Непосредствено след национализацията през декември 1947 г. предприятието е преименувано на Пивоварна фабрика „Родопи“. Името „Каменица“ е върнато отново след 1952 г.