www.peshtera.com

За своите близо 20 години на пазара серията ракии „Пещерска“ успя да се наложи с гарантирано качество – резултат от утвърден и надежден произход, стриктен контрол на суровината и на всеки етап от производствения процес. „Пещерска“ е първата марка ракия, която прекрачи границите на своя регион и постигна национално покритие на продажбите.

Пазар

Ракията е национална високоалкохолна напитка, която от векове присъства в ежедневния бит на българина и е предпочитана от хора от различни поколения. Това е питие за тези, които ценят традициите, имат изградени навици и категоричен вкус. Затова консуматорите на ракия имат няколко важни изисквания: марката, която избират, да е надеждна, да е достъпна и да съответства на техния стил на живот.
Потребителите на ракия в България са много лоялни и най-често избират дадена марка заради региона, с който тя се асоциира. Това обяснява защо на местно ниво пазарните дялове на различните брандове варират и на практика са малко тези, които успяват да се наложат на територията на цялата страна.
Днес „Пещерска“ има най-силната дистрибуция сред конкурентите си и близо 100% покритие на продажбите в страната.

Постижения на марката

Продуктите от семейството на „Пещерска“ са едни от най-награждаваните в България и в чужбина.
От 2004 г. досега „Пещерска гроздова“ е отличена с общо седем златни медала на Международното изложение „Винария“ в Пловдив.
„Пещерска отлежала“ е най-награждаваната българска ракия на международната сцена.
През 2012 г. марката е отличена с два сребърни медала в категория Best Buy на International Wine and Spirits Competition, London. Следващата година „Пещерска отлежала“ отново печели сребърен медал в категория Best Buy на Los Angelis International Spirits Awards.

Продуктът

Серията ракии „Пещерска“ се произвеждат при затворен цикъл, който гарантира надеждност и качество през целия процес – от отглеждането и беритбата на гроздето до бутилирането и разпространението в търговската мрежа.
Серията „Пещерска ракия“ включва: „Пещерска Гроздова“ – най-продаваният продукт в семейството на марката, „Пещерска Отлежала“, „Пещерска Мускатова“ и „Пещерска Селекция“.
Всички те носят логото на „Пещерска“ и са силно разпознаваеми – с характерни отличителни знаци и с многостепенна защита срещу имитации.
Марката „Пещерска“ се свързва най-вече с ракия номер едно по пазарен дял – „Пещерска Гроздова“. Тя е най-масовият продукт в портфолиото на компанията производител – „Винпром Пещера“ – и с основание е наречена „ракията на народа“. Възприема се от потребителите като семейна напитка с високо и постоянно качество, с мек вкус, подходяща за всеки ден.
„Пещерска Гроздова“ се прави от грижливо подбрани гроздови селекции – собственост на „Винпром Пещера“ АД, и висококачествени дестилати, които създават характерния ѝ мек и хармоничен вкус. Има чудесен златист цвят и класическите 40% алкохол. Едва ли има заведение и магазин в България, които да не предлагат тази ракия.
Изключителен успех постигна „Пещерска Отлежала“, която успешно се наложи сред по-младото поколение в големия град – нещо немислимо за пазара на ракии в България допреди пет години. Днес обаче младите хора с удоволствие купуват или си поръчват в заведение „Пещерска Отлежала“, която асоциират със своя динамичен стил на живот. Модерните потребители определят тази ракия като символ на традициите, но със съвременен прочит и изискан стил. „Пещерска Отлежала“ се получава чрез дестилация на селектираните сортове грозде – ркацители, юни блан, димят и памид. Отлежава от шест месеца до една година в дъбови бъчви и съдържа класическите 40% алкохол. Тя е многократен носител на национални и международни отличия. Чуждестранни и родни дегустатори я познават по характерния кехлибарен цвят, аромата на ванилия, нежната мека структура, изисканя вкус на изсушени ванилови зърна и ядки с леки сладки и пиперени нотки.
„Пещерска Мускатова“ ракия е произведена от ароматния сорт грозде мускат отонел. Тя е бистра, прозрачна, с богат аромат и фин плътен вкус на добре узрял мускат. Достоен член е на семейството на ракия „Пещерска“ и притежава характерното високо качество на използваните суровини и стриктната производствена технология. Градусите са класическите 40. Това е ракия за ценители, за всички, които след отпиването на дестилата пазят няколко секунди мълчание, сякаш в знак на уважение към труда на стотиците хора, допринесли за високото качество на бранда.
„Пещерска Селекция“ е 40-градусова ракия, произведена от подбрани сортове специално селектирано грозде, отгледано в слънчева Тракия. Ракията има цвят на кехлибар, нежен аромат и вкус с подчертана плътност и приятна мекота.
„Пещерска Селекция“ е грижливо бутилирана в оригинална, ръчно изработена керамична стомна, напомняща за стари времена, и е подходящ подарък за специални хора по специални поводи.

Знаете ли, че...

- „Винпром Пещера“ разполага с капацитет за преработка на над 200 тона грозде дневно, а дестилационните колони са за производство на 15 000 л винен дестилат за денонощие.

Съвременно развитие

Серията ракии „Пещерска“ се превърна в символ на производителя си – „Винпром Пещера“ АД. Компанията притежава и обработва близо 20 000 декара лозови насаждения, разположени в районите на гр. Съединение, Ямбол и Бургас. Успоредно с това дружеството работи с над 200 производители в цялата страна, разполагащи с лозови масиви от над 100 хиляди декара. Екип от квалифицирани експерти на „Винпром Пещера“ – енолози и агрономи, които преминават през системни обучения и прилагат най-новите световни практики, следи и консултира отглеждането на всяка реколта грозде в съответствие с високите стандарти за производство на ракии.
„Винпром Пещера“ АД разполага с модерни производствени центрове за висококачествени алкохолни продукти в страната. Производственият процес се осъществява в четири цеха с общо 11 бутилиращи линии. Заводът се намира в гр. Пещера и разполага с технологично оборудване от най-висок клас, гарантиращо високо ниво на качеството при спазване на максимално строги критерии за безопасност на производството. Капацитетът за преработка е над 200 тона грозде дневно, а дестилационните колони са за производство на 15 000 л винен дестилат за денонощие.
Компанията разполага и със склад за стареене и съхранение на дестилати с обща площ от 2000 кв. м и с капацитет за съхранение на 12 000 бъчви с винен дестилат.
„Винпром Пещера“ инвестира ежегодно в системи за контрол на качеството по целия производствен процес. Фирмата е единствената в своя бранш, която разполага със звено за научно-развойна дейност. То гарантира високото ниво на информираност, професионализъм и компетентност на специалистите, отговарящи за производствения процес.

Промоция

„Пещерска“ е първата марка ракия, която стартира активна комуникация, водеща до налагане на бранда на националния пазар. Това е първата алкохолна марка в страната, за чието изграждане се използват интегрирани канали за комуникация, съобразени с набелязаната целева група.
Провеждат се от две до три кампании годишно, прецизно структурирани и с ясно послание, част от които са разработени от представителствата на международни рекламни агенции.
През 1999 г. за първи път в комуникацията на „Пещерска Гроздова“ се визира жена с цел изграждането на представата за продукта като за „семейната ракия“. Целевата аудитория на кампанията са 25–45-годишни хора, семейни, преобладаващо мъже (60%), живеещи в големи и средно големи градове, обичащи да прекарват вечерите си в домашна обстановка. Слоганът „Мека топлина“ съчетава рационалното „мека“ – така важно за консуматорите, и уютното „топлина“.
През 2002 г. марката залага на същото послание, но предадено по-емоционално, и отново стъпва смело върху семейните ценности, които се опитва да затвърди. Запазени образи в комуникацията стават камината, огънят и семейната двойка.
През 2003 г. дружеството въвежда промоциите като маркетингов инструмент, организира кампания по време на гроздобера и избира нов слоган – „От добро грозде – добра ракия“. Сред останалите слогани на „Пещерска Гроздова“ са „В края на деня“ (първата лятна кампания), „С „Пещерска“ на зелено“ и др.
През следващите години марката претърпява редизайн, а инвестициите в модернизация на нейните производствени фабрики не спират. Разработват се и останалите разновидности на бранда – „Пещерска Отлежала“, „Пещерска Мускатова” и „Пещерска Селекция“. Те се налагат в отговор на нуждите и търсенето на пазара, както и на новото поколение консуматори.
Чрез „Пещерска Отлежала“ марката „сяда“ на трапезата с новото, модерно и динамично градско семейство, което държи на изконните ценности и традиции, но има един по-различен, модерен и още по-взискателен поглед към живота и всичко, което става част от него. Именно в тази посока поема и комуникацията на бранда, с която привлича точно този тип „нови“ потребители към своето завидно портфолио.
Мощната комуникация на „Пещерска“ с времето води до промяна в навиците за консумация на ракия в страната – ако допреди няколко години ракия се пие главно вкъщи, и то домашно производство, днес тя е актуално и дори модерно питие в компания, на заведение и по всякакъв повод.

Знаете ли, че...

- „Пещерска Отлежала“ е най-награждаваната българска ракия на международната сцена.
- Продуктите от семейството на „Пещерска“ са едни от най-награждаваните в България и в чужбина.

Ценности на марката

За съвременните семейни българи с устойчиви разбирания за живота брандът „Пещерска“ е синоним на достъпна и качествена ракия, с популярен и актуален имидж. С годините „Пещерска“ затвърди имиджа си на изключително надеждна и сигурна марка, която предлага висококачествена ракия с мек, характерен вкус. Доверието на потребителите към бранда е резултат от съчетанието между утвърден производител в лицето на „Винпром Пещера“ и качествено грозде. Марката споделя традиционните семейни ценности – домашен уют, топлина, добри отношения, сигурност и спокойствие.

Знаете ли, че...

- „Пещерска Гроздова“ е ракия номер едно по пазарен дял в страната.
- Компанията притежава склад за стареене и съхранение на дестилати с обща площ от 2000 кв. м и с капацитет за съхранение на 12 000 бъчви с винен дестилат.

История

- 1997 – Произведена е първата бутилка „Пещерска“.
- 1999 – На пазара е пусната нова серия в по-съвременна опаковка – уникална бутилка с качествен и сложен за печат етикет и специфично затваряне.
- 1999 – Провежда се първата сериозна комуникационна кампания на „Пещерска Гроздова“ на национално ниво, с което идва и големият пробив на марката.
- 1999 – За първи път в комуникацията на „Пещерска Гроздова“ се визира жена с цел изграждането на представата за продукта като за „семейната ракия“.
- 2000 – „Пещерска Гроздова“ става пазарен лидер в своя сегмент – позиция, която е факт и до днес.
- 2003 – Компанията въвежда промоциите като маркетингов инструмент.