



## Rynek

Żywiec jest obecnie największą polską marką piwa w segmencie premium. Za granicą Żywiec to najbardziej znane polskie piwo. Na światowych rynkach od kilkudziesięciu lat Żywiec pozycjonuje się jako piwo, którego sekret kryje się w krystalicznie czystej wodzie z polskich gór. Dziś marka Żywiec stanowi aż 58% eksportu piwa z naszego kraju.

## Osiągnięcia

W ciągu ubiegłego półwiecza Żywiec zdobył wiele międzynarodowych nagród: Genewa 1963, Paryż 1978 – za wysoką jakość i niepowtarzalny smak; Globe Awards Palm Beach 2003 przyznane przez MAAW Żywieckiemu Muzeum Humoru za najlepszą na świecie akcję sponsoringową w kategorii Best Marketing Event Campaign.

W badaniach znajomości marki przeprowadzonych przez Krajową Izbę Gospodarczą wraz z Ministerstwem Gospodarki Żywiec zajął trzecie miejsce – zarówno w rankingu polskich marek zasługujących na miano narodowych (43% wskazań), jak i pośród marek uważanych przez konsumentów za najsilniejsze i najbardziej wartościowe (39%). Natomiast w badaniach Wprost i Instytutu Marki Polskiej Żywiec jest wymieniany jako trzecia najbardziej lubiana i ceniona polska marka, zaraz po Wedlu i Horteksie.

## Historia

Żywiec – najstarszy polski browar – został założony przez arcyksięcia Albrechta Fryderyka Habsburga (1817–1895) w połowie XIX wieku. Zakład zbudowano od podstaw w podżywieckiej wiosce na gruncie zwanym Pawlusie. Rok 1856, w którym dokonano rejestracji przedsiębiorstwa, uważany jest za początek działalności browaru, wtedy też uwarzono i sprzedano pierwsze hektolitry znakomitego piwa. Otrzymało ono wówczas (nadaną mu przez miłośników chmielowego trunku) nazwę Piwo Żywieckie, w skrócie Żywiec, która po dziś dzień jest najczęściej spotykanym określeniem dla piw z Żywca.

Jednym z głównych powodów budowy zakładu w sercu Kotliny Żywieckiej był nieograniczony dostęp do czystej górskiej wody, wypływającej spod masywu Skrzycznego.

Browar w Żywcu zlokalizowano na terenie dóbr żywieckich, będących wówczas od ponad 30 lat w rękach cesarskiej rodziny Habsburgów. Decyzja o założeniu nowoczesnego browaru fabrycznego, wykorzystującego siłę energii parowej oraz najnowsze

zdołoby nauki w zakresie fermentacji, była niezwykle trafna. Już dwanaście lat po założeniu Arcyksięcia Browar w Żywcu wysunął się na pierwsze miejsce wśród 260 browarów działających w Galicji. Pod koniec XIX wieku najsławniejszymi markami piw żywieckich były: Cesarskie, Eksportowe, Marcowe, Piwo Lagrowe oraz piwa specjalne: Porter i Ale.

Wyborna jakość oraz wzrastająca z roku na rok produkcja powodowały, że grono konsumentów piw żywieckich stale się poszerzało. Już w XIX wieku przywiązywano duże znaczenie do budowy pozytywnego wizerunku marki browaru, stosując nowatorskie metody sprzedaży oraz opieki nad produktem. W latach 1856–1939 Browar w Żywcu zbudował dużą sieć sprzedaży, opartą o lokalnych przedsiębiorców. Byli to cieszący się zaufaniem kupcy, restauratorzy oraz właściciele hoteli, którzy na swoim terenie prowadzili sprzedaż piwa. Browar oferował im fachową pomoc w urządzeniu lokalnych rozlewni, dostarczał wyposażenie barów i restauracji, aparaty do nalewania piwa, lodówki oraz materiały reklamowe. Żywieckie znaki firmowe oraz towarowe drukowano, malowano, wytłaczano lub wypalano na: szklankach, kufiach, dzbanach, syfonach, beczkach, bloczkach kelnerskich, cennikach, serwetkach, jadtospisach, podstawkach, kalendarzach ściennych, restauracyjnych lustrach itp. Dziś te budzące nostalgiczne pomysły na ekspozycję i reklamę piwa, najoryginalniejsze projekty graficzne, najciekawsze rozwiązania marketingowe można zobaczyć w otwartym dla turystów żywieckim browarze.

W czasie II wojny światowej browar został objęty przez Niemców dozorem komisarycznym, a o jego przejęcie rywalizowało kilka firm. W 1945 roku Niemcy próbowali wysadzić zakład, ale ocalał on dzięki bohaterstwu pracowników.

W trudnym okresie powojennym browar został znacjonalizowany, ale nawet w czasach PRL-u Żywiec zachował swoją doskonałą jakość. Był to jeden z najbardziej luksusowych towarów, dostępny niemal wyłącznie spod lady i w Peweksach. Podczas odwilży politycznej w 1956 roku Żywcem zainteresował się amerykański polonus o nazwisku Lutom. Za jego sprawą pierwszy raz po wojnie Żywiec wyszedł poza żelazną kurtynę. Każdą wysyłaną za ocean butelkę

owijano ręcznie w bibułkę, by w transporcie nie uszkodziła się etykieta. Krakowska para na etykiecie była pomysłem marketingowym Lutoma, bo choć z Żywca do Krakowa daleko, to Polakom za granicą ojczyzna kojarzy się przede wszystkim z Krakowem, a więc na polskim piwie powinni być krakowiaczy. Zakład ponownie zaczął się rozwijać, a eksport wzrastał.

Pod koniec roku 1990 browar przekształcono w jednoosobową spółkę Skarbu Państwa, a rok później sprywatyzowano.

W latach 90. XX wieku w browarze żywieckim uznano za priorytet otwarcie się na krajowy rynek. Zwiększenie produkcji przy utrzymaniu wysokiej jakości piwa oraz inwestycje w budowę systemu sprzedaży zapewniły browarowi żywieckiemu doskonałą pozycję na rynku. Na początku lat 90. Żywiec, jako jeden z pierwszych producentów piwa, rozpoczął inwestycje w rynek detaliczny i gastronomię. Budowa własnej sieci dystrybucyjnej dodatkowo umocniła pozycję browaru. Główny nacisk został położony na prace związane z obecnością piw żywieckich w punktach sprzedaży detalicznej, w sklepach oraz w restauracjach i pubach. W wyniku współpracy z handlowcami powstały na terenie kraju tysiące firmowych lokali serwujących piwa żywieckie. Rozbudowa własnej sieci sprzedaży, troska o wizualizację produktu oraz nowoczesne rozwiązania w zakresie zarządzania sprzedażą uczyniły z marki Żywiec najlepiej sprzedający się polski produkt branży piwowarskiej.

Obecnie zakład zatrudnia około 700 osób i produkuje prawie 2 mln hektolitrów piwa rocznie.

## Produkt

- Żywiec – to najlepsze polskie piwo typu pilznerskiego o zawartości alkoholu 5,8% i ekstraktu 12,5%, od połowy XIX wieku warzone niezmiennie w Żywcu, pod bacznym okiem kolejnych pokoleń piwowarów. Opatrzona oryginalną etykietą z tańczącą parą, jest nagradzana i przedstawiane za wzór na całym świecie. Marka ta zawiera wszystkie najważniejsze elementy historycznych znaków browaru. Tańcząca para krakowska podtrzymuje tarczę herbową zwieńczoną koroną. Na tarczy znajdują się trzy

choinki oraz rok powstania firmy: 1856. W dolnej części, na czerwonej szarfi ze złotymi lamówkami, widnieje napis ŻYWIEC. Znak ten jest najsłynniejszą marką i oficjalnym znakiem firmowym całego browaru. Nie ma w Polsce drugiego takiego piwa, które pod tą samą etykietą produkowane byłoby niezmiennie od tyłu lat.

- Żywiec piwo niskoalkoholowe – o zawartości alkoholu 1,2% i mocy 6,5% ekstraktu w skali Ballinga wprowadzono na rynek w 1997 roku, odpowiadając na potrzeby konsumentów. Adresowane do ludzi aktywnych, już w pierwszym roku sprzedaży osiągnęło bardzo dobre wyniki w kraju. Piwo to charakteryzuje się ciekawą kompozycją smakową oraz posiada niską zawartość alkoholu. Doskonała jakość produktu została potwierdzona złotym medalem przyznany żywieckiemu piwu podczas Targów Polagra 1998.
- Porter Żywiecki – warzony od 1881 roku według historycznej receptury sławnego arcyksiążęcego piwowara Juliusza Wagnera – to piwo dla znawców. Jego wyśmienite walory smakowe oraz zdrowotne już od wieku XIX potwierdzają liczne wyróżnienia, a nawet przychylnie opinie lekarzy. Jest to jedno z najstarszych polskich piw gotowanych według oryginalnej receptury i znane pokoleniom piwo pod niezmienną marką. Do warzenia Portera Żywieckiego używany jest sółd monachijski i słody specjalne. Nie tylko jego receptura jest tradycyjna. By smak piwa był ciągle taki sam, słody nadal pali się ręcznie w Browarze w Żywcu, w liczącej ponad 100 lat zabytkowej palarni. Porter jest piwem ciemnym o mocy 22% ekstraktu w skali Ballinga i zawartości alkoholu 9,2%.

## Ostatnie wydarzenia

W czerwcu 2004 roku pod patronatem Żywca w scenarii starego i nowego browaru odbyła się IX Międzynarodowa Giełda Birolfilii. Z tej okazji do sprzedaży skierowana została limitowana seria butelek 500 ml, która była niewątpliwie atrakcją dla smakoszy Żywca i dla kolekcjonerów piwnych akcesoriów. Butelki opatrzone specjalnymi etykietami, nawiązującymi do prawie 150-letniej historii Browaru Żywiec. Giełda Birolfilii jest imprezą unikatową w skali europejskiej. Sprowadza do Żywca z kraju i zza granicy setki miłośników historii browarnictwa. Kolekcjonerzy prezentują m.in.: kufle, butelki, etykiety, kapsle oraz wiele innych akcesoriów związanych z browarnictwem.



## Promocja

W żywieckim browarze piwo warzone jest od połowy XIX wieku i równie długa jest historia żywieckiego marketingu. Reklamy Żywca znajdziemy w archiwalnych egzemplarzach przedwojennego Ilustrowanego Kuriera Codziennego i Czasu. W archiwach z tamtego okresu odnalazł można także plakaty i ulotki reklamowe z Browaru w Żywcu. Tak jak współcześnie, przy pomocy eleganckich restauracji patronackich w Warszawie i Krakowie produkty żywieckiego browaru pozycjonowano jako polską markę premium.

Żywiec to marka, która wyróżnia się inteligentnymi i dowcipnymi kampaniami reklamowymi. Najbardziej znane i pamiętane są kampanie prasowe i billboardowe. Takie hasła, jak pisane na białym tle charakterystyczną „żywiecką” czcionką: „Za tych, co nad morzem”, „Żywiec May Love”, „Lepszy Żywiec w garści niż na plakacie” czy „Polakom gratulujemy Żywca” – weszły zarówno do historii polskiej reklamy, jak i do języka potocznego.

Zauważając rosnącą konkurencję na rynku reklamowym piwa i zwiększając się obecność bezpośrednich konkurentów w reklamie telewizyjnej, w roku 2000 Żywiec SA zdecydował się na przygotowanie reklamy telewizyjnej. W wyniku współpracy z partnerami powstały filmy „Zły sen” i „Statek” – jedne z najlepiej rozpoznawalnych w 2000 roku reklam telewizyjnych w kraju. W następnych latach Żywiec przygotował cykl reklam telewizyjnych, budujących prestiż marki.

W 2004 roku Żywiec rozpoczął program sponsoringowy „Zdobycy Żywca – Śladami polskich odkrywców”, skierowany do młodych, aktywnych ludzi. Przez całe lato trwały obozy selekcyjne. Zwycięzcy pojadą w nagrodę do Peru. Ich celem będzie odnalezienie polskich śladów w Ameryce Południowej i przypomnienie Polakom, że w XIX wieku wielu naszych rodaków na trwałe wpisało się w historię tego kraju. Program „Zdobycy” emitowany jest co niedzielę na antenie TVP 2.

Obecnie prowadzony jest też program lojalnościowy na

stronach internetowych www.zywiec.com.pl. Uczestnicy zbierają punkty za aktywność w serwisie, pod koniec każdego miesiąca przyznawane są nagrody za największą liczbę punktów.

Żywiec to również nowoczesna marka, wspierająca ciekawe inicjatywy i przedsięwzięcia z zakresu sportu i rekreacji. Żywiec, marka związana z górami, jest sponsorem GOPR – Górskiego Ochotniczego Pogotowia Ratunkowego.

## Wartości marki

Od 1856 roku browar produkował i sprzedawał piwo, nigdy nie zaprzestając swojej działalności. Pomimo zmian politycznych i własnościowych ciągłość przedmiotowa zakładu była zachowana, co warte jest szczególnego podkreślenia. Tworzenie wizerunku marki trwało latami, przywiązanie klientów budowano poprzez doskonałą i niezmienną jakość piwa warzonego na krystalicznie czystej górskiej wodzie oraz szacunek, jakim darzono konsumentów. Rola i znaczenie marki żywieckiej w poszczególnych okresach historycznych stale wzrastały. Obecnie Żywiec jest jedną z kilku marek o charakterze narodowym, stanowiąc pozytywny przykład i wzór do naśladowania dla kolejnych pokoleń przedsiębiorców.

Dlatego właśnie marka Żywiec kojarzy się z najwyższą jakością piwa, szacunkiem dla tradycji, ekologicznym miejscem, w którym warzone jest piwo – Beskidem Żywieckim, oraz z polskością.

## Czego nie wiedzieliście o marce

### ŻYWIEC

- Tradycje piwowarskie Żywca sięgają średniowiecza. W 1448 roku przywilej warzenia piwa potwierdził książę oświęcimski Przemysław. Na wzór prawa niemieckiego nadał on Żywcowi prawo do tak zwanej mili ochronnej. Oznaczało to, że konkurencji nie wolno było prowadzić piwowego interesu w obrębie jednej mili od miasta. Złamanie zakazu groziło konfiskatą piwa „na Zamek”.
- Działalność eksportową browary żywieckie zapoczątkowały już w 1913 roku, kiedy dystrybucją objęto (poza Galicją) takie miasta, jak: Budapeszt, Morawska Ostrawa i Cieszyn. W 1913 roku łączny eksport piw żywieckich wyniósł już ponad 28 tys. hektolitrów, co stanowiło 21,3% produkcji browaru.
- W połowie lat 30. XX wieku żywiecki browar odwiedził prezydent Ignacy Mościcki. Skosztowawszy szklankę Zdroju Żywieckiego, powiedział: „Macie naprawdę wspaniałe piwo!”.
- Współcześnie rowna produkcja Żywca przewyższa prawie trzykrotnie produkcję wszystkich galicyjskich browarów 100 lat temu.
- 140 samochodów ciężarowych z naczepą wyjeżdża z codzienną produkcją browaru.
- 1500 wagonów siodu rocznie browar potrzebuje do produkcji piwa.

