



Od lat w całej Polsce Tychy słyną z browaru, który warzy ulubione piwo Polaków – Tyskie. To trwająca od 1629 roku historia uporu, konsekwencji i ciężkiej pracy. Dlatego dziś można śmiało powiedzieć: Nasze Najlepsze! Precyzyjne budowanie wizerunku, a co za tym idzie szeroka akceptacja konsumentów, zagwarantowały marce Tyskie nie tylko krajowy, ale i międzynarodowy sukces. Tyskie to niekwestionowany numer jeden na polskim rynku piwa.

Oferta i wartości

Tyskie to marka należąca do Kompanii Piwowarskiej, która jest największym i najbardziej zyskownym przedsiębiorstwem piwowarskim w Polsce. Kilkusetletnie doświadczenia w warzeniu piwa, nowoczesna technologia i rygorystyczne przestrzeganie zasad produkcji na światowym poziomie (World Class Manufacturing) gwarantują najwyższą jakość jej produktów. Jednym z elementów, budujących jakość piwa Tyskie, jest tradycja warzenia. Korzenie historii tyskiego browaru sięgają XVI w., chociaż za oficjalną datę powstania Browarów Tyskich uważa się rok 1629 – z tego okresu pochodzi pierwszy, najstarszy zapis o browarze, zachowany w Urbanium Ab Anno 1629, czyli urbarzu państwa pszczyńskiego.

Bezpośrednim kontynuatorem wielowiekowej tyskiej tradycji warzenia piwa jest Tyskie Gronie. To piwo warzone zgodnie z tradycyjnymi recepturami osiąga wyjątkowy bukiet zapachowy i smak. Jest ono cenione przez miłośników piwa za łagodny, chmielowy zapach, złocisty kolor oraz gęstą białą pianę i idealną goryczkę.

W Tyskim Browarze Książęcym warzone jest także szlachetne Tyskie Książęce. Piwo to powstaje w oparciu o recepturę powstałą dzięki 370-letniemu doświadczeniu tyskich piwowarów. Ma ono subtelny chmielowy zapach i delikatną goryczkę, przepiękny złocisty kolor, a odpowiednie nasycenie dwutlenkiem węgla daje zwartą i obfitą pianę.

Tyskie co roku osiąga znakomite wyniki eksportowe. Jest dostępne na rynkach Wielkiej Brytanii, Irlandii, Niemiec, Islandii, Francji, Holandii oraz USA. W Irlandii 7 na 10 sprzedawanych polskich piw to Tyskie, a w Niemczech średnio co 6 sekund wypijana jest kolejna butelka piwa Tyskie. W uznaniu tych sukcesów, w 2006 roku, Tyskie otrzymało prestiżowy tytuł Wybitnego Polskiego

Eksportera. Obecność marki Tyskie w życiu Europejczyków, zarówno tym codziennym, jak i tym od święta, fascynujące fakty i anegdoty z nią związane powodują, że jako jedyna polska marka piwa Tyskie staje się coraz bardziej zakorzeniona w europejskiej kulturze piwnej.

Chcąc przybliżyć konsumentom ten fascynujący świat bogactwa zwyczajów piwnych, mnogości gatunków piw, historii i ciekawostek, w 2007 r. Tyskie wydało wyjątkową książkę „Tyskie Vademecum Piwa” autorstwa Michaela Jacksona – największego światowego krytyka piwa. To swoiste kompendium wiedzy będące przewodnikiem po świecie piwa jest lekturą obowiązkową dla wszystkich miłośników złocistego trunku. Milionowy nakład znalazł się w polskich domach jesienią tego roku.

Innowacje i promocje

Ponieważ piwo jest napojem towarzyskim, biesiadnym i zbliżającym ludzi do siebie, Tyskie organizuje letnie spotkania ze swoimi konsumentami. Co roku zmienia się temat przewodni spotkań prowadzonych w formie biesiad. W ubiegłym roku „Tyskie biesiady w międzynarodowym gronie” odwiedziły 15 miast województwa śląskiego. W trakcie wspólnej zabawy, uczestnicy mogli poznać kraje, w których Tyskie odniosło największe eksportowe sukcesy: Wielką Brytanię, Irlandię, Niemcy i Holandię. Jak zawsze finał „Tyskich biesiad w międzynarodowym gronie” miał miejsce w Chorzowie na Polach Marsowych.

Tyskie, które z dumą podkreśla swój śląski rodowód, dba o macierzysty region i jego mieszkańców. Dlatego jest m.in. sponsorem Wojewódzkiego Parku Kultury i Wypoczynku w Chorzowie – największego terenu parku miejskiego w Europie.

Od 3 lat Tyskie prowadzi akcję „Tyskie stawia”. Jej efektem w parku ustawiono do tej pory 380 nowych ławek, postawiono pomnik Karlika i Karolinki, odrestaurowano 9 parkowych fontann i zbudowano mierzącą 96,5 metrów dębową ławkę wypoczynkowo-rekreacyjną (najdłuższą ławkę na Śląsku i drugą co do długości – po słynnej ławce w parku Guell w Barcelonie – w Europie).

W Tyskich Browarach Książęcych, w których powstaje piwo Tyskie, w roku 2004 otwarto pierwsze tego typu w Polsce Tyskie Muzeum Piwowarstwa. To nietypowe Muzeum łączy tradycję z nowoczesnością, oferując w pieczołowicie odnowionym obiekcie stuletniej kaplicy ewangelickiej atrakcje na miarę XXI wieku. Do dyspozycji zwiedzających jest m.in. sala kinowa z projekcją filmu trójwymiarowego o piwie, ekrany dotykowe z prezentacjami oraz beczka, z której można wysłać elektroniczną pocztówkę. W połączeniu z możliwością zwiedzania Tyskich Browarów Książęcych trasą historii i powstawania piwa oraz degustacją piwa Tyskie w podziemiach Muzeum daje to atrakcję nie do pominięcia dla każdego szanującego się piwowoza!

Kompania Piwowarska wnosi duży wkład w życie społeczeństwa poprzez prowadzenie firmy w sposób odpowie-





To, czego nie wiedziałeś

- ★ Woda do produkcji piwa Tyskie czerpana jest ze studni głębokich, znajdujących się na granicy Tychów i Mikołowa m.in. ze źródła Gronie, od którego pochodzi nazwa jednego z gatunków piw.
- ★ Smakoszem piwa Tyskie był prezydent II Rzeczypospolitej Ignacy Mościcki, który często odwiedzał Tychy, gdzie mieszkała jego rodzina.
- ★ Statystyczny piwosz w ciągu roku wypija 27 litrów piwa Tyskie.
- ★ W tyskim browarze znajduje się najszybsza linia rozlewająca piwo do puszek w Polsce. Jej wydajność to 100 000 półlitrowych puszek w ciągu godziny.

Najcenniejszych Polskich Marek w 2006 r., Tyskie zajęło siódme miejsce pod względem wartości marki i jest jedną z najcenniejszych marek konsumpcyjnych w Polsce. W 2007 roku także konsumenci docenili najwyższą jakość piwa Tyskie, przyznając mu Laur Konsumenta.

Kontekst rynkowy

W 1993 roku udział Polski w europejskim rynku piwa wynosił 3 proc., obecnie jest on dwukrotnie wyższy – to piąty rynek w Europie. Jego niekwestionowanym liderem jest Tyskie z udziałami rynkowymi na poziomie ponad 16 proc. Klucz do sukcesu tej marki tkwi w konsekwentnie realizowanych i komunikowanych wartościach marki, z których najważniejszą jest doskonałość, uznana na całym świecie jakość.



działny, efektywny, wydajny i stabilny. Angażuje się bowiem w przedsięwzięcia społeczne, dzieląc się w ten sposób sukcesem z otoczeniem. Kompania Piwowarska, do której należy m.in. marka Tyskie, aktywnie włącza się w życie lokalnych społeczności. Kompania sfinansowała zakup specjalistycznego sprzętu medycznego dla Szpitala Wojewódzkiego w Tychach – defibrylator serca oraz Szpitala Miejskiego w Tychach – spirometr kardiomonitor pHmetr oraz defibrylator. Jesienią 2006 roku Kompania Piwowarska rozpoczęła inicjatywę społeczną „Warto być za!” przeciwko wykluczeniu społecznemu z powodu ubóstwa. Jej celem jest aktywizacja i wsparcie organizacji pozarządowych w realizacji projektów adresowanych do najbardziej potrzebujących. Pierwsza edycja programu trwała do lipca 2007 roku. Półtora miliona złotych otrzymały organizacje pozarządowe, których projekty zgłoszone w ramach inicjatywy Kompanii Piwowarskiej „Warto być za” uznane zostały za najlepsze przez opinię publiczną w drodze ogólnopolskiego głosowania. Różne działania pomocowe podejmowane w ich ramach dotarły bezpośrednio lub pośrednio do ok. 4000 osób.

Tyskie jest bliskie Polakom i wydarzeniom, które są dla

nich ważne – od 2005 r. marka jest oficjalnym sponsorem Reprezentacji Polski. Za Tyskim stoją pasjonaci piłki nożnej – w pierwszej kampanii przedstawiającej Tyskie jako sponsora reprezentacji wystąpili pracownicy Browarów Tyskich, w ostatnich kampaniach pojawił się sam trener Naszych Najlepszych – Leo Beenhakker. W 2006 r. z okazji Mistrzostw Świata w Niemczech Tyskie, wspierając kibiców, rozdało milion flag, które następnie wisały w oknach polskich domów przez cały mundial.

Osiągnięcia i perspektywy

Jakość piwa Tyskie była wielokrotnie nagradzana przez znawców na całym świecie. Wystarczy powiedzieć, że Tyskie jako jedyna marka na świecie dwukrotnie zdobyła złoty medal i Grand Prix w największym i najbardziej prestiżowym konkursie piwowarskim świata, jakim jest The Brewing Industry International Awards. Konkurs ten organizowany jest od 1886 roku, a nagrody w nim otrzymywane nazywane są Piwnymi Oskarami. Do tej pory żadna inna marka piwa w ciągu ponad stuletniej historii tego konkursu nie powtórzyła sukcesu Tyskiego.

Precyzyjna identyfikacja potrzeb konsumenta, konsekwentne od lat budowanie wizerunku i spójność form komunikacji procentują. W Rankingu



1629 Pierwsza oficjalna wzmianka o Browarach Tyskich w urbarzu (spisie dóbr) księstwa pszczyńskiego

1893 Browary wybudowały prywatną linię kolejową, która połączyła je z dworcem

1916–1922 Budowa warzelni, której ściany zdobią niezwykle kafle majolikowe z insygniami browarniczymi; obecnie uznawana za jedną z najpiękniejszych zabytkowych warzelni w Polsce

1994 Po raz pierwszy w historii browarnictwa polskiego Tyskie Browary Książęce wyprodukowały w ciągu roku milion hektolitrow piwa

2004 Marka Tyskie obchodzi jubileusz 375. rocznicy powstania Tyskich Browarów Książęcych

2006 Piwo Tyskie pobiło rekord w eksporcie, sprzedając ponad 20 milionów piw za granicą