



Niewiele najlepszych piw świata warzonych jest od zawsze w jednym miejscu. Piwo Żywiec od 156 lat powstaje w Arcyksiążęcym Browarze w Żywcu pod baczny okiem kolejnych pokoleń piwowarów. Wierność sprawdzonej recepturze i najlepsze naturalne składniki (wyłącznie chmiel, stód jęczmienny i krystalicznie czysta, górską wodą) od lat cieszą się uznaniem konsumentów.

Oferta i wartości

Browar Arcyksiążęcy w Żywcu warzy piwo nieprzerwanie od 1856 roku, z czego wynika jego niezaprzeczalny autorytet w tej dziedzinie. Czerpiąc z bogatej tradycji i doświadczenia piwowarów szkoły żywieckiej, marka nieustannie się rozwija. Poza Żywcem Jasne Pełne pivosze mogą sięgnąć także po ciemnego Żywca Portera o charakterystycznym głębokim posmaku palonego słoju oraz ciemnobsztynowego koźlaka Żywiec Bock kuszącego delikatną karmelową nutą, dostępnego w edycji limitowanej. Amatorom lżejszych trunków marka proponuje Żywca Niskoalkoholowego.

Żywiec to marka, którą cechuje głęboki szacunek, zarówno do własnych korzeni, jak i konsumentów. Prawdziwe oddanie żywieckich piwowarów idei tworzenia piwa najwyższej jakości widać na każdym etapie jego powstawania. Korona habsburska, wieńcząca każdą butelkę Żywca, to przywilej i zobowiązanie. Można nią oznaczać tylko wyroby niezaprzeczalnie najlepsze. Jednocześnie, szanując wielowiekowe dziedzictwo, Żywiec otwiera się na nowe perspektywy. Jest twórczy, aktywny i pełen energii. Dzięki temu piwo Żywiec wciąż ma mocną pozycję marki premium i jest gwarantem niepodważalnej jakości.

Innowacje i promocje

Kreatywność i innowacyjność to dwie cechy doskonale definiujące markę i sposób jej komunikacji z otoczeniem.

W obszarze produktu największą innowacją w ostatnim czasie było wprowadzenie nowej butelki piwa Żywiec. Po raz pierwszy wśród polskich marek piwnych na opakowaniu zwrotnym wpisane zostały we współczesnej formie tzw. embossów (wypukłych tłoczeń w szkło) główne wartości marki. Zaprezentowano jedyne miejsce jej pochodzenia, czyli Browar Arcyksiążęcy w Żywcu i ważny symbol niezmiennej jakości – koronę habsburską. Nowa butelka Żywca miała wyjątkową premierę, w której wykorzystano stworzony przez jedno z najlepszych na świecie studio animacji efektowny mapping 3D, przedstawiający w nowoczesny sposób historię marki Żywiec.



Przykładem innowacyjności a jednocześnie szacunku do tradycji jest wprowadzenie limitowanej edycji Żywca Bock. Marka sięgnęła do korzeni, łącząc najlepsze tradycje browarnicze i niekwestionowany autorytet w swojej dziedzinie ze współczesną i ciekawą formą komunikacji. Pierwszy raz w historii polskiego internetu zdecydowano się na launch produktu online, a pierwszymi osobami, do których trafił Bock, byli fani Żywca na Facebooku. W ramach kampanii marka wykorzystwała także innowacyjne rozwiązanie druku soczewkowego.

Tylko podczas jednego weekendu panoramiczną konstrukcją 3D w czterech miastach w Polsce obejrzało ponad 500 tys. przechodniów.

Kontekst rynkowy

Rynek piwa w Polsce powoli się nasycza, z czego wynika rosnąca konkurencyjność pomiędzy poszczególnymi produktami. Małe zróżnicowanie kategorii sprawia, że marki muszą być wyraziste, inaczej trudno by im było zaistnieć w percepcji konsumenta i go do siebie przekonać. Ponieważ 75 proc. rynku piwa to produkty typu jasne pełne, marki – aby zbudować przewagę konkurencyjną – kładą w procesie tworzenia komunikacji nacisk na aspekt emocjonalny. Komodyzacja marek sprawia, że ważną rolę odgrywa cena i idąca za tym presja cenowa. Pomimo wszystkich rynkowych uwarunkowań Żywiec jest kluczowym graczem w segmencie piw premium.

Osiągnięcia i perspektywy

Na przestrzeni lat marka Żywiec była wielokrotnie nagradzana. Wśród najnowszych projektów z ogromnym uznaniem spotkało się wprowadzenie nowej butelki



Żywca. Zintegrowana kampania pod tytułem „Wielkie otwarcie” została nagrodzona w 2011 roku statuetką Złotego Orła. Podczas tej samej edycji konkursu wyróżniono także projekt butelki piwa Żywiec Jasne Pełne oraz przyznano nagrodę Złotego Orła butelce Żywiec Porter w kategorii Design – Opakowanie.

Sukcesem okazał się także projekt Męskie Granie. Najważniejszą z przyznanych mu nagród jest Złote EFFIE w kategorii Media Idea. Ten sam projekt otrzymał też Złotego Orła w kategorii: Marketing za doskonałe dopasowanie do świata wartości marki. Uonorowano go także statuetkami Mix Awards 2011 za najlepszą kampanię zintegrowaną, Impactor w kategorii Event Roku oraz Webstar Creative 2011 za najlepszą reklamę internetową. O powodzeniu Męskiego Grania świadczy również fakt, że płyta z utworami z trasy koncertowej zdobyła status platynowego krążka w 2010 oraz 2011 roku. Aż 120 tysięcy widzów z 48 krajów śledziło na żywo transmisję koncertu z Warszawy.

Marka Żywiec nieustannie wzbogaca swoją ofertę, aby jak najlepiej odpowiadać na zmieniające się potrzeby konsumentów i w każdym swoim działaniu być gwarantem najwyższej jakości. Nowości wprowadzane są na wielu poziomach i dotyczą m.in. różnych okazji do konsumpcji. Dobrym przykładem może być stworzenie nowego formatu piwa – puszki o pojemności 330 ml. Marka dba także o swoją prezencję w sektorze HoReCa. Każdy wariant piwa Żywiec posiada przeznaczoną specjalnie dla niego szklankę i odrębny rytuał serwowania. Ponadto tego lata konsumenci będą mogli wypróbować wyjątkowy sposób podawania złotego trunku – Żywiec Arczymny. Jest to system nalewania piwa prosto z oblodzonej kolumny, co gwarantuje jego doskonałe schłodzenie i orzeźwienie.

Powody do dumy

Flagowym projektem, będącym wyrazem otwartości i współczesnego charakteru Żywca,

To, czego nie wiedziałeś

W 1954 roku na etykiecie Żywca pojawiła się para górali beskidzkich, którzy stali się pierwowzorem znanego na całym świecie wizerunku tańczącej pary krakowskiej.

W 2011 roku pierwszy raz w historii piwo ma swoją premierę w internecie. To tutaj debiutuje Żywiec Bock – koźlak o esencjonalnym karmelowym posmaku.

To, czego nie wiedziałeś

W 1945 roku czterech pracowników Browaru w Żywcu przecina kable ładunków wybuchowych podłożonych pod budynkiem. Dzięki temu heroicznemu gestowi ocalał Browar, a wraz z nim tradycyjna receptura ważenia piwa.

jest Męskie Granie, czyli cykl wydarzeń z pogranicza muzyki i sztuki. To niepowtarzalna inicjatywa,

która w ciągu zaledwie dwóch lat zyskała uznanie zarówno krytyków muzycznych, jak i wymagających słuchaczy w całym kraju. Wydarzenie jest cenione za wysoką jakość, doskonale brzmienie i bezkompromisowość przekazu. Przede wszystkim jednak doceniono je za idealne dostosowanie

idei projektu, jego konstrukcji i uzupełniającej komunikacji do charakteru marki i potrzeb tych konsumentów, którzy się z nią identyfikują.

Powody do dumy Żywca można mnożyć. Jednak ważniejsze od zdobytych nagród są działania społeczne, od lat konsekwentnie rozwijane przez markę. Jednym z nich jest akcja 18+ promująca

Historia marki

► **1856:** początek działalności Arcyksiążęcego Browaru w Żywcu

► **1881:** pierwsze beczki Portera opuszczają Arcyksiążęcy Browar w Żywcu

► **1913:** Żywiec po raz pierwszy opuszcza granice Polski i dociera do Budapesztu

► **1956:** pierwszy raz na butelce piwa eksportowego do USA pojawia się tańcząca para Krakowiaków, rysunek zachwyca i staje się znakiem rozpoznawczym Żywca, również w Polsce

► **2011:** zostaje wprowadzona nowa butelka Żywca, podkreślająca jedno niezmiennie pochodzenie piwa. W tym samym roku w związku ze 155-leciem istnienia Browaru Żywiec wprowadza edycję limitowaną klasycznego koźlaka – ciemnego piwa Bock

► **2012:** nowości: innowacyjny sposób serwowania piwa z kolumny pokrytej lodem – Żywiec Arczymny; nowa pojemność – Żywiec w puszcze 330 ml

odpowiedzialną konsumpcją alkoholu i sprzedaż piwa wyłącznie osobom pełnoletnim. Projekt realizowany jest na wszystkich największych imprezach organizowanych i sponsorowanych przez markę. Opiera się na założeniu, że edukowanie jest najlepszym sposobem ograniczenia wszystkich negatywnych zjawisk związanych z nadmierną konsumpcją alkoholu. Drugi biegun aktywności społecznej marki to działania ekologiczne.

Przykładem są koncerty Męskiego Grania, podczas których piwo nie było sprzedawane w popularnych, plastikowych kubkach jednorazowych, ale w plastikowych szklankach wielokrotnego użytku. Projekt będzie kontynuowany podczas kolejnych edycji wydarzenia.

► www.zywiec.com.pl

