



Łomża to marka polskiego piwa warzonego w stylu jasny lager przez łomżyński browar zlokalizowany w północno-wschodniej części kraju. Charakterystyczne opakowania Łomży kryją prawdziwe piwo z duszą, o regionalnym pochodzeniu, charakteryzujące się najwyższą jakością i walorami smakowymi. Oprócz klasycznych piw jasnych o różnej zawartości ekstraktu i alkoholu, Łomża oferuje konsumentom także piwo niepasteryzowane, miodowe, niefiltrowane oraz mix piwa z lemoniadą. Dostępne w portfolio marki piwa są jednymi z najciekawszych i najbardziej docenianych na polskim rynku. Nieustannie podbijają serca kolejnych pokoleń piwoszy.

Kontekst rynkowy

Marka Łomża należy do spółki Van Pur, która od 25 lat specjalizuje się w produkcji piwa. Łączy pasję i zaangażowanie, dzięki czemu jest obecnie największą niezależną polską firmą piwowarską. W Polsce, gdzie spożycie piwa jest jednym z najwyższych w Europie, a tradycje browarnicze sięgają średniowiecza, jest to prawdziwy sukces. Obecnie 50 proc. produkcji spółka sprzedaje na rynkach eksportowych, współpracując z partnerami w ponad 70 krajach w Europie i na świecie. Indywidualne rozwiązania oferowane klientom zagranicznym to dla spółki największe źródło satysfakcji.

Van Pur buduje zaufanie klientów na jakości produktów. Niezmiennie korzysta tylko ze sprawdzonych surowców i kontrolowanych źródeł wody. Browary spółki posiadają międzynarodowe certyfikaty jakości i bezpieczeństwa żywności – HACCP, BRC i IFS. Na każdym etapie – od procesu warzenia, przez konfekcjonowanie, aż po dystrybucję – kompleksowo zarządzają jakością i przykładają najwyższą wagę do terminowej realizacji zamówień. Jakość to solidny fundament współpracy firmy Van Pur z partnerami.

Spółka utrzymuje ciągłą przewagę konkurencyjną, sięgając nieustannie po innowacyjne technologie piwowarskie. Z jednej strony wciąż rozbudowuje infrastrukturę, aby zwiększyć wydajność browarów – wprowadzone przez nią rozwiązania dodatkowo chronią środowisko naturalne. Z drugiej zaś strony – inwestuje w najnowsze technologie, aby sprostać oczekiwaniom klientów.

Osiągnięcia

W 2014 roku piwo Łomża Export zostało uhonorowane Złotym Medalem Monde Selection w Brukseli przez najstarszą międzynarodową organizację badającą jakość produktów żywnościowych. Monde Selection to jedna z najbardziej prestiżowych nagród w branży piwowarskiej. Piwo z Łomży zdobyło tę nagrodę już po raz trzeci – po raz pierwszy w 2009 roku, a następnie w 2013 roku.

Prestiżowym znakiem jakości oraz gwiazdką ITQI Superior Taste Award 2015 nagrodzono piwo Łomża Wyborowe. Superior Taste Award jest jedynym znakiem przyznawanym produktom żywnościowym i napojom za jakość smaku przez liderów w tej dziedzinie: Szeferów Kuchni Michelin i Sommelierów. Podczas sesji degustacyjnej, każdy produkt oceniany jest indywidualnie na podstawie ślepej, zgodnej z rygorystyczną procedurą, analizy



sensorycznej. Wynikiem testów jest szczegółowy opis oraz – w przypadku najlepszych produktów – wyróżnienie w postaci gwiazdek.

Oferta

Wyjątkowy smak i jakość piwa Łomża dojrzewają powoli, z dala od wielkomijskiego zgiełku. Konsument docenia walory łomżyńskiego piwa, a w rozbudowanym portfolio marki bez trudu znajdują propozycję odpowiadającą ich gustom. Oferowane przez browar piwa to:

- Łomża Export – uznany ambasador marki Łomża, czyli prawdziwego piwa regionalnego. To produkt o najszerzym zasięgu dystrybucji, bohater ogólnopolskich kampanii reklamowych. Charakterystyczne zielone opakowania Łomży Export kryją wyjątkowe piwo z duszą.
- Łomża Wyborowe – propozycja, która spotyka się z uznaniem nawet najbardziej wymagających konsumentów. Chmielone na zimno z użyciem szlachetnego chmielu żateckiego zyskuje doskonały pełny smak oraz wyjątkowy aromat.
- Łomża Lemonowe – lekkie, orzeźwiający piwo z lemoniadą. Połączenie regionalnego piwa Łomża (55 proc.) z naturalną lemoniadą z owoców cytrusowych (45 proc.) to znakomita propozycja na upalne dni.
- Łomża Niepasteryzowane – niepasteryzowany wariant Łomży charakteryzują świeżość i naturalność właściwe dla piw tej kategorii oraz dbałość o najwyższą jakość i walory smakowe piwa warzonego w regionalnym browarze.
- Łomża Miodowe – powstało z połączenia regionalnego piwa z naturalnym miodem z podłomżyńskich pasiek. Swoją delikatny, słodko-gorzki smak i nutę miodowego aromatu zawdzięcza wykorzystaniu w procesie warzenia szlachetnego gatunku miodu, zakupionego od łomżyńskich pszczelarzy.
- Łomża Jasne Pełne – gdy w 1968 roku uruchomiono browar w Łomży, na lokalny rynek jako pierwsze trafiło piwo jasne typu lager w charakterystycznych butelkach 0,33 l. Do dziś pozostaje ono elementem oferty łomżyńskiego browaru – niezmiennie w tej samej, kultowej butelce typu „bączek”, z którą od lat kojarzona jest marka Łomża.
- Łomża Wyborowe Niepasteryzowane – nowy, orzeźwiający wariant popularnego łomżyńskiego piwa, którego wyrazisty chmielowy smak od lat budzi uznanie smakoszy z Polski północno-wschodniej.



- Łomża Mocne – produkt z mocno ugruntowaną tradycją. Jego głęboki chmielowy smak sprawia, że jest wysoko ceniony przez wytrwałych znawców łomżyńskich piw.

Promocja Marki

Marka Łomża znana jest z wyrazistą i skutecznie zrealizowanej kampanii reklamowej – w 2013 roku ruszyła platforma komunikacyjna utrzymana w konwencji łomżingu. Pierwszej części kampanii telewizyjnej Łomży towarzyszyła kampania outdoorowa. Na ulicach Warszawy i Łomży oraz na nośnikach zlokalizowanych wzdłuż głównych dróg do krzewienia łomżingu zachęcały billboardy i siatki wielkoformatowe. O łomżingu można było usłyszeć także na falach radiowych – spoty radiowe promujące piwo z Łomży emitowane były na antenie największych stacji ogólnopolskich oraz regionalnych, skierowanych do słuchaczy z Polski północno-wschodniej, czyli macierzystego regionu marki.

W maju 2015 roku ruszyła nowa kampania Łomży pod hasłem „Łomżing zaczyna się od leżakowania”. Komunikacja mocno koncentrowała się na kluczowym etapie produkcji piwa, jakim jest jego leżakowanie. W spotach „Ciemność”, „Zimno” i „Bezruch” utrzymanych w filmowej, oszczędnej estetyce marka przedsta-

wiała trzech leżakujących mężczyzn – na pustej plaży, w wielkomijskim łódcie czy na malowniczym brzegu Wisły w Warszawie; w drugiej części każdego z filmów ukazano browar. Komunikację ATL dopełniała kampania OOH oraz działania w internecie.

www.piwolomza.pl



HISTORIA MARKI

- 1968** W browarze w Łomży rusza produkcja piwa. Browar był wówczas zakładem państwowym, należącym do Przedsiębiorstwa Przemysłu Spożywczego (PPS). Od początku swojego istnienia specjalizował się w produkcji piw jasnych dolnej fermentacji.
- 1994** Rozpoczęcie prywatyzacji przedsiębiorstwa.
- 2000** Oficjalne wydzielenie browaru z jednostek organizacyjnych PPS. Jako niezależna spółka,

łomżyński browar został całkowicie zmodernizowany. Wprowadzono międzynarodowe standardy bezpieczeństwa i higieny pracy.

2007 Browar częścią duńskiego koncernu piwowarskiego Royal Unibrew.

2010 Początek ogólnopolskiej ekspansji piwa z Łomży.

2011 Van Pur nowym właścicielem browaru w Łomży.

2013 Marka Łomża obchodzi 45. urodziny. Rozbudowa oferty opakowań.

2014 Wprowadzenie technologii plasmax – jako pierwszy browar w Polsce i drugi w Europie. Piwo w lekkich i krystalicznie przezroczystych butelkach PET z powłoką plasmax zachowuje świeżość i smak, przy wydłużonym okresie przydatności do spożycia.

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- Od momentu powstania browar zwiększył swoje moce produkcyjne ponad czterokrotnie – początkowo wynosiły one około 250 tys. hektolitrów piwa rocznie, wystarczająco, by zaspokoić potrzeby lokalnego rynku. Obecnie produkuje rocznie około 1,2 mln hektolitrów złotego trunku.
- Symbolem piwa Łomża jest para w strojach kurpiowskich. Po raz pierwszy pojawiła się na etykietach w 1980 roku i od tamtej pory jest znakiem charakterystycznym wszystkich odmian piwa.
- Wyłoniony w wyniku ogólnopolskiego konkursu Trener Łomżingu został zatrudniony za pensję 10 tys. zł miesięcznie, by zająć się intensywnym wypoczywaniem. W ramach obowiązków zawodowych podróżował po Mazurach, tworząc Dekalog Łomżingu, czyli opracowując listę 10 najlepszych sposobów na beztrudny wypoczynek na łonie natury w duchu łomżingu.
- W Browarze Łomża znajduje się kilkanaście kadzi otwartych, które po dziś dzień wykorzystywane są do warzenia piwa metodą klasyczną.