

KNJAZ MILOŠ



Аранђеловачка-Бања. Извор Киселе Воде.

TRŽIŠTE

Tržište flaširane vode i bezalkoholnih napitaka je u ekspanziji i njegov munjeviti razvoj nije sprečila ni ekonomska kriza. Strani brendovi ističu se svuda, osim u jugoistočnoj Evropi, gde je kompanija Knjaz Miloš jedna od vodećih kompanija u ovoj proizvodnoj grani. Već dva veka, mineralna voda Knjaz Miloš je sinonim kvaliteta kada se govori o gaziranoj vodi, a predstavlja i jedinstven brend u svetu, kojem ljudi sa područja Balkana ostaju verni ma gde da se nalazili. Kompanija je pre bezmalo dve decenije plasirala i brend Aqua Viva. Danas je ova negazirana prirodna mineralna voda nezamenjiva kako u sportu, tako i u dinamičnoj svakodnevici. Knjazova Guarana, sa već čuvenom maskotom sove, simbola budnosti, radoznalosti i mudrosti, osvojila je naklonost mladih generacija i na tržištu energetskih pića na Balkanu pobedila mnoge strane brendove, uključujući i Red Bull. Knjaz Miloš je obavezni deo porodičnih okupljanja, slavlja i svakodnevnih druženja sa osvežavajućim



bezalkoholnim pićem Juice Up i gaziranim napitkom brendom Golf. Golf u staklenoj ambalaži je već godinama na vodećoj poziciji u HoReCa kanalima prodaje, koji su posebno osetljivi na kvalitet i estetiku.

DOSTIGNUĆA

Armija ljubitelja mineralne vode Knjaz Miloš danas je značajno uvećana onima koji vole i Aqua Vivu, Guaranu, Golf i Juice Up.

Zadovoljan korisnik uvek je najbolji dokaz kvaliteta, dok brojne nagrade iz zemlje i sveta, koje se nižu iz godine u godinu, samo potvrđuju superiornost brendova Knjaz Miloš. Tako je bilo još od kada je, početkom 19. veka, otkriven izvor Knjazove mineralne vode. Njena blagotvorna dejstva su prepoznata odmah. Mineralna voda Knjaz Miloš počela je da se služi na dvoru srpskih knezova i kraljeva, da bi početkom 20. veka stigle i prve nagrade i priznanja iz Londona i Brisela. Knjaz Miloš je u današnje vreme dobitnik brojnih sertifikata za kvalitet. Prvi je proizvođač mineralnih voda i napitaka sa sertifikatom ISO 22000, kojim se omogućava plasman proizvoda na tržište EU, dok je Knjazova laboratorija jedna od

naopremljenijih i najsavremenijih u regionu. Osnovana 1964. za kontrolu mineralnih voda od izvorišta do finalnih proizvoda tadašnje fabrike Knjaz Miloš, laboratorija danas radi u 1.000 kvadratnih metara. Savremeno opremljeni prostor je organizovan tako da je onemogućena unakrsna kontaminacija, a naročitim sistemom za ventilaciju i održavanje temperature i vlažnosti obezbeđeni su odgovarajući mikroklimatski uslovi za analize.

ISTORIJAT

Koreni proizvodnje mineralne vode Knjaz Miloš sežu još od 1811. godine, kada je veliki srpski prosvetitelj Dositej Obradović posetio izvor kod današnjeg Arandelovca i počeo da koristi vodu za lečenje svojih boljki. Vesti o blagotvornom dejstvu ove vode pročule su se brzo, pa se ona točila u krcage i burad i isporučivala zapregama. Četvrt veka kasnije dr Emerih Lindemajer, načelnik Saniteta u Srbiji, izvršio je prvu analizu kvaliteta vode i nakon objave rezultata, počeli su da pristižu i prvi „turisti“. Srpski knez Miloš Obrenović je 1858. godine izvor stavio pod zaštitu države i odlučio da na tom mestu podigne grad. U znak zahvalnosti, meštani i gosti su izvoru nadenuli knezovo ime. Već tada je počela da se razvija ideja o industrijskoj eksploataciji izvorišta bukovičke kisele vode, da bi već početkom 20. veka ova mineralna voda otišla i van granica Srbije. Uskoro su stigla i prva međunarodna priznanja za kvalitet. Mineralna voda Knjaz Miloš dobila je prestižne nagrade na izložbama u Briselu i Londonu. Posle Drugog svetskog rata, 1956. godine prvi put u Srbiji proizvedeno je više od milion litara mineralne vode, a osam godina kasnije postavljeni su uređaji za industrijsku eksploataciju. Time je završena era ručnog flaširanja vode. Knjaz Miloš je 1965. bila prva fabrika u Jugoslaviji koja proizvodi „pepsi-kolu“ po licenci, i uskoro je potpuno prešla na industrijsku proizvodnju. Sa 600.000 litara dnevne proizvodnje, 1972. godine Knjaz Miloš je mineralnu vodu počeo da izvozi u Ameriku, Australiju, Kuvajt, Gvineju, a naredne godine Knjaz Miloš, tadašnja Bukovička banja, dostiže najveću godišnju proizvodnju mineralne vode u Jugoslaviji. Od 2004. Knjaz Miloš je u vlasništvu kompanije FPP Balkan Limited. Pridružuje mu se i investicioni fond Salford Capital Partners, koji je od 2005. uložio oko pedeset miliona evra u razvoj i modernizaciju poslovanja kompanije Knjaz Miloš. Danas Knjaz Miloš proizvodi preko 200 miliona litara mineralne vode i bezalkoholnih napitaka. Uz slogan „Dvesta godina u našim genima“ 2011. godine proslavio je dva veka uspešnog postojanja.

PROIZVODI/USLUGE

Bio je u pravu veliki Dositej Obradović koji je otkrio da voda Knjaz Miloš ima blagotvorno dejstvo. Zahvaljujući svom mineralnom sastavu ona osvežava tako da današnji korisnici često kažu da, pošto je popiju, imaju osećaj kao da su se „istuširali iznutra“. Vodeći brend mineralne vode Knjaz Miloš je ujedno i najinovativniji u svojoj kategoriji, pa je ponudio i blaže gazirano izdanje, kao i ukus limuna, što se potrošačima dopalo. Prodaja ovih proizvoda raste iz godine u godinu. Iako je na tržištu skoro dve decenije, Aqua Viva je izašla iz senke mineralne vode Knjaz Miloš tek 2006. godine, pošto je pakovanje redizajnirano, optimalni balans minerala i oligoelemenata dobio svoje ime, a sve te promene predstavila Ana Ivanović. Rezultati su nadmašili i

predviđanja najvećih optimista, ali i utrlj put novim proizvodima, Aqua Viva Junior i Aqua Viva Hydroactive. Pojavilo se i prvo sportsko piće u okviru brenda Aqua Viva Recharge. Aqua Viva je danas ne samo kreator funkcionalnih voda i „on the go“ nego i njihov neprikosnoveni lider. Popularno energetsko piće Guarana pored osnovnog proizvoda nudi i jaču varijantu, Black, i još tri ukusa, Mojito, Cranberry i Fresh Lime. U kompanijskom portfoliju nalazi se i sedam ukusa osvežavajućih bezalkoholnih napitaka, kao i osam ukusa sokova, namenjenih HoReCa kanalu.

NAJNOVIJI PODUHVATI

Kako je savremeni potrošač okrenut svom zdravlju, tako i kompanija Knjaz Miloš kroz svoje proizvode i aktivnosti promovise zdrav život. Konzumacija vode je prva u nizu osnovnih zdravih navika. Zato brend Aqua Viva edukuje sve kategorije svojih potrošača o važnosti hidratacije i sprečavanju preteranog gubitka tečnosti. Uprkos ekonomskoj krizi, Knjaz Miloš uspešno gradi portfolio funkcionalnih pića, donoseći najnovije trendove sa svetskog tržišta. Knjazove inovacije izdvajaju činjenica da prate preferencije prvenstveno domaćeg potrošača, koji zahteva zdrav i kvalitetan proizvod, ali ne pravi kompromise ni kada je u pitanju sam ukus. Najbolji primer za to su upravo Aqua Viva Hydroactive i Aqua Viva Recharge. Kod gaziranih voda se tržište menja tako da je značajan broj i ljubitelja jače gaziranosti, ali i onih koji preferiraju nešto blaži ukus: otuda je u ponudi Knjaz od kraja 2010. godine i blažegazirana varijanta, kako bi svi potrošači mogli da uživaju u blagotvornom mineralnom sastavu ove čuvene mineralne vode.

PROMOCIJA

Brendovi Knjaz Miloš osvojili su zavidan broj fanova na Fejsbuku i Tviteru, zahvaljujući, između ostalog, i svakodnevnoj i dinamičnoj komunikaciji u slici i reči, ali i zanimljivim igricama koje uvode u svet minerala. Kompanija Knjaz Miloš je razvoj društvenih mreža i on-lajn komunikacije upotrebila kako bi čula glas onih koji su joj najvažniji, odgovarajući istog trenutka na mejlove koje joj upućuju potrošači. Kompanija je i pionir u nesvakidašnje maštovitim i upečatljivim reklamama, kojima se već decenijama promovise. Tako su u sećanju mnogih čuveni skok sa trajekta i simpatični Amerikanac koji izgovara „Kndžaz Miloš“. Kako Knjaz Miloš neguje takmičarski duh i fair play, tako je i sponzor brojnih sportskih klubova i takmičenja, pomažući mladima da postanu što bolji i zdraviji ljudi, a Srbiji da se raduje novim sportskim uspesima. Aqua Viva se opredelila da promovira rehidratacije gradi kroz svoja promotivna lica, birajući sportiste u usponu: Anu Ivanović, Jelenu Jankovic i vaterpolo reprezentaciju. Napredovali su ruku pod ruku, osvajajući vodeće pozicije, svako u svojoj branši. Nekada uz vrhunske sportiste, a danas uz sve one koji se svakodnevno takmiče sa životnim izazovima, Aqua Viva i dalje raste. U 2012. godini



lansirala je novu, lakšu bocu, sa redizajniranom etiketom, koja je, što je još važnije, ekološki prihvatljivija. Maskota sove, ili „sovica“, kako je ljubitelji Guarane već od mlošte nazivaju, simbol je ne samo ovog brenda već i vrednosti koje on promovise, a to su neprestana budnost radi



učenja i nepresušna radoznalost, što bi trebalo da budu karakteristike mladih ljudi, ali i onih koji broje godine. Brend Guarana je jedan od prvih koji je svojevremeno na tržište doneo formu kratke, animirane reklame, gde je akter upravo bila sova, što je brendu donelo i prestižno priznanje. Na mestu prodaje mogu se videti brojne promocije u raznim kategorijama, ali se Knjaz Miloš izdvaja iz mase kroz inovativan pristup kako u samom načinu promovisanja, tako i u izgledu pozicija. Ova kompanija je prva koja je krenula sa edukacijom potrošača i tzv. benefit promocijama, tokom kojih su oni koji kupuju mogli da dobiju sažete i jasne informacije o mineralima i njihovom blagotvornom dejstvu na ljudski organizam. Kada je reč o samom reklamnom materijalu i opremi na mestu prodaje, Knjaz Miloš, rame uz rame sa svetskim kompanijama, na tržište Srbije donosi inovacije u vidu impresivnih polica i paletnih mesta.

VREDNOSTI BREND

Kompanija Knjaz Miloš je postala nacionalni ponos koji svojim kvalitetom pronosi ime Srbije širom sveta. I više od toga. Prerastajući samo ime kompanije, kao i naziv jedne od najpoznatijih i najstarijih robnih marki u zemlji, Knjaz Miloš je postao „lovemark“ - ime koje nije više vlasništvo ni proizvođača ni trgovaca, nego pripada potrošačima, a oni ga dokazano i bezuslovno vole i poštuju. Postati „lovemark“ je neprocenjena vrednost kojom može da se pohvali samo mali broj brendova u svetu. Kada se u srpskim kafanama naručuje gazirana mineralna voda, dovoljno je samo da se kaže „knjaz“. Zato je kompanija Knjaz Miloš lider prema kome se ostali ravnaju i pokušavaju

da ga dostignu. Da bi ostao na vrhu, Knjaz Miloš ostaje čvrsto na putu svoje misije da na temeljima imena i tradicije obezbedi svojim, sve brojnijim, vernim potrošačima proizvode vrhunskog kvaliteta koji im pružaju vitalnost, osveženje i redovnu dnevnu dozu energije. Uz neprestanu predanost poslu i poštovanje želja svojih potrošača, Knjaz Miloš izrasta u regionalnog lidera u kategoriji mineralnih voda i bezalkoholnih napitaka, stvarajući bolju budućnost za okruženje u kome živi i radi.

ONO ŠTO NISTE ZNALI KNJAZ MILOŠ

- Na čuvenoj železničkoj liniji od Pariza do Istanbula, tridesetih godina prošlog veka u luksuznom vozu Orient ekspresa služila se mineralna voda Knjaz Miloš.
- Slika na etiketi vode Knjaz Miloš je Biveta, zdanje u arandelovačkom parku u kome se nalazi izvor mineralne vode, i koje predstavlja biser srpske arhitekture.
- Arandelovac je jedinstven primer grada koji je procvetao zahvaljujući mineralnim izvorima. Sedamdesetih godina prošlog veka, u doba kneza Milana Obrenovića, otvoreno je moderno parno kupatilo, a čuveni profesor Sima Lozanić je izvršio nova, savremenija ispitivanja koja su pokazala da se kvalitet mineralne vode poboljšava.
- Aqua Viva sadrži idealnu koncentraciju minerala, veoma blisku njihovoj koncentraciji u organizmu, i zbog toga se njome najbolje nadoknađuje izgubljena tečnost.
- Nekada Golf Jabuka, a danas Juice Up Jabuka, jedno je od prvih osvežavajućih domaćih pića na tržištu Jugoslavije. Od 2007. godine paleta ovih proizvoda je proširena ukusima pomorandže i šumskog voća, a u ponudi je i multivitaminski napitak.
- Proizvodi Guarane, Cranberry i Fresh Lime pokazali su se kao idealni za spravljanje koktela, ne samo letnjih nego i zimskih.