



## GORKI LIST

jedini pravi...

### TRŽIŠTE

Dobro poznati srpski brend JEDINI PRAVI... Gorki List, svoj kvalitet dokazuje vremenskom postojanošću još od davne 1961. godine, kada je kreiran prepoznatljiv ukus ovog gorkog bitera koji je do danas ostao nepromenjen. Priča o Gorkom Listu je priča o doslednosti u očuvanju vrhunskog kvaliteta proizvoda, njegovoj prirodnosti, praćenju trendova i inovativnosti. Pravi je izazov odgovoriti na pitanje, ko sve danas uživa u neodoljivom ukusu ovog gorkog likera, jer se potencijali i opcije njegove potrošnje neprestano šire. Sa tržišnim udelom od 72 odsto u kategoriji bitera, Gorki List je apsolutni lider svoje kategorije na tlu Srbije, Bosne i Hercegovine i Crne Gore. Gorki List sa različitim tržišnim učešćem posluje još i na tržištima Slovenije, Nemačke, Švajcarske, Italije, Rusije i Rumunije. Nakon više od sto miliona prodatih litara i šest decenija uspešnog poslovanja, autentičnu aromu poznatog biljnog likera sada mogu da iskuse, kako potrošači u velikom broju zemalja na evropskom kontinentu, tako i u Sjedinjenim Američkim Državama. S obzirom da njegov vrhunski kvalitet zadovoljava i visoke zahteve tog tržišta koje pokazuje sve veće interesovanje za gorke likere, ovaj srpski brend zasigurno dobija priznanje svetskih razmera. Dostupnost Gorkog Lista onima koji ga vole, na tržištima u inostranstvu obezbeđuje se poslovnim partnerstvom sa lokalnim distributerima.

### DOSTIGNUĆA

Kroz dugu i bogatu istoriju Jedini pravi... Gorki List osvajao je brojna i raznovrsna, a uvek prestižna priznanja za kvalitet i recepturu, kao i za dizajn pakovanja, na takmičenjima koja su održavana u Belgiji, Sloveniji, Francuskoj i mnogim drugim evropskim zemljama. Jedna od najznačajnijih nagrada Gorkog Lista je zlatna medalja za kvalitet u kategoriji gorkih likera i vodke, koju je ovaj popularni biter osvojio na prestižnom svetskom takmičenju „United vodka - Tasting competition“, 2016. godine. U konkurenciji od preko 1.000 proizvođača iz Nemačke, Ukrajine, Rusije, Belgije, Francuske, Belorusije i mnogih drugih zemalja, Gorki List je, osvojivši ovo prestižno priznanje, dobio još jednu potvrdu da dosledno čuva kvalitet već više od šest i po decenija. S obzirom da je medalja „United vodka“ postala vrsta sertifikata kvaliteta za alkoholna pića u Evropskoj uniji, Jedini pravi... Gorki List ovim priznanjem još jednom potvrđuje titulu vodećeg svetskog gorkog likera.



### ISTORIJAT

Preteču Gorkog Lista i inspiraciju za njegov originalni ukus predstavljao je Fernet, gorki liker tradicionalnog proizvođača „Subotičanka“ čija proizvodnja je počela pre više od šest decenija, tačnije 1953. godine. Osnov njegovog ukusa bio je i ostao ekstrakt pelina, a jedinstvenoj aromi ovog pića doprinosi još 26 lekovitih biljaka, među kojima su đumbir, nana i majčina dušica. Ipak, receptura za proizvodnju ovog popularnog biljnog likera strogo je čuvana tajna vrhunskih stručnjaka, koji se sa velikom pažnjom trude da svaka kap Gorkog Lista bude identičnog kvaliteta i ukusa. Posebnost lekovitog bilja koje se nalazi u sastavu Gorkog Lista postala je simbol zdravlja i vitalnosti, jer doprinosi skladnom radu celog organizma.

Promenom vlasničke strukture tradicionalnog proizvođača „Subotičanka“ pelinkovac je 1997. dobio novu energiju, a već naredne godine uveden je specijalan zatvarač na flaši, u cilju zaštite originalnosti proizvoda. U to vreme, kreiran je i

poznati slogan „Jedini pravi...“. Pelinkovac je u jesen 2003. godine dobio ime Gorki List, a već krajem iste godine i novu bocu, jedinstvenog i prepoznatljivog oblika. Početkom 2009. na tržište je plasirana ambalaža Gorkog Lista sa novim crvenim detaljima na etiketi, kao i crvenim zatvaračem, koji prenose suštinske poruke brenda - ljubav, emociju i strast. Četiri godine kasnije, Gorki List prvi put na tržište plasira limitiranu seriju, koja od svake naredne godine vizuelno prati aktuelnu kampanju. Red limited edition, specijalno izdanje Gorkog Lista u crvenoj boci, odiše strašću i energijom koja pozitivno menja svet. Povođom obeležavanja 100 miliona prodatih boca, Gorki List je tokom 2015. plasirao pakovanje od 1250 ml po ceni od 1000 ml, kao veliko hvala svojim ljubiteljima i poslovnim saradnicima za niz godina vernosti. U novembru 2016. Gorki List je, u želji da promovise prijateljstvo i druženje, svoje kupce iznenadio limitiranom Party serijom proizvoda, uz etiketu sa neonskim detaljima, dok je u oktobru 2017. godine nastala Winter edicija prepoznatljiva po foliji bele boje.

### PROIZVODI/USLUGE

Autentični balans gorkog i slatkog ukusa Gorkog Lista najviše dolazi do izražaja ako se pije rashlađen, sa kriškom limuna ili pomorandže. Najčešće se konzumira kao aperitiv i dižestiv, dok je u poslednje vreme sve popularniji i vid konzumacije u sastavu mikseva pića i

koktela koji pružaju bogatstvo različitih ukusa, a čiji je glavni sastojak Gorki List. Pored toga što podstiče raspoloženje, dobru zabavu i druženje, mnogi potrošači ne znaju da sastojci ovog bitera imaju i lekovita svojstva. Najprepoznatljiviji sastojak Gorkog Lista je pelin, popularna biljka koja mu daje karakterističnu aromu, blagu gorčinu i boju. Izuzetna lekovitost 27 vrsta bilja povoljno utiče na rad celokupnog organizma.

Gorki List je izvanredan i redak primer čvrste identifikacije brenda sa čitavom robnom grupom. Danas je sinonim za celu kategoriju bitera, odnosno pelinkovaca. Još davne 2003. godine kreator brenda je Gorkom Listu, u želji da ga izdvoji od proizvoda drugih proizvođača kojima je tržište bitera postalo sve interesantnije, osmislio originalnu bocu i ime, tako da ovaj biter tada, čuvajući autentičan ukus od Pelinkovca Gorkog „Subotičanka“, postaje Gorki List. Budući da traje više od 65 godina, simbol dijamanta se pokazao kao pravi izbor za obeležavanje godine u kojoj je ovaj čuveni gorki liker dosegao sto miliona prodatih litara. Važan jubilej Gorki List je proslavio u skladu

sa vrednostima brenda, tako što je u svim segmentima promotivnih aktivnosti počastio svoje verne potrošače, jer oni su uvek bili i nastavljaju da budu u fokusu svih aktivnosti ovog brenda.

## NAJNOVIJI PODUHVA TI

Negujući stav da su kvalitet, inovacije i originalnost putevi koji vode do vernosti potrošača, Gorki List neprekidno osluškuje tržište, prati trendove i pomera granice sopstvene popularnosti. Zadovoljstvo potrošača je glavna misija kojom se ovaj poznati liker vodi, a više od sto miliona prodatih litara potvrda je da oni pored vrhunskog kvaliteta proizvoda, prepoznaju i inovativnost brenda, koji se trudi da iznova opravdava zadobijeno poverenje konzumenata.

Raznovrsnim kreativnim izazovima i promotivnim aktivnostima, Gorki List neprestano iznenađuje svoje verne potrošače, jer oni su najzaslužniji za sve uspehe koje je do sada brend ostvario. Iz tog razloga, strategija Gorkog Lista za budućnost je ustvari budućnost viđena očima njegovih lojalnih potrošača. Zbog onih koji Gorki List vole ili će ga zavoleti, ovaj popularni brend je uvek otvoren za nove izazove i ideje. Zato će nastaviti da pomera granice razmišljanja i doseže nove stepene inovacija i emocija.

## PROMOCIJA

Sve promotivne aktivnosti Gorkog Lista podržane su sloganom „Jedini pravi...“ koji, sa jedne strane, ističe jedinstvenost brenda, a sa druge - originalnost proizvoda.

Promovisanjem Gorkog Lista kao „Pića prijateljstva“, ovaj biter je vrlo brzo postao piće urbane mlade generacije, ali i deo svih onih trenutaka koje neko posvećuje sebi i drugima.

„Oslobodi svoju strast“ slogan je kojim Gorki List šalje poruku da je strast univerzalna vrednost i pozitivan odnos prema životu, te da se prepoznaje u svakom onom ko ume potpuno da uživa u malom, svakodnevnom trenutku. Takvi su ljudi koji vole Gorki List.

Prepoznatljivi po izgrađenom istančanom ukusu, potrošači Gorkog lista pokazuju zrelost i čvrstinu u svojim izborima. I ma kojim generacijama pripadali, ono što im je zajedničko je da svi vole zabavu. Zato Gorki List u svojoj kampanji „Guru dobre zabave“, koja je počela krajem 2017. godine,



sugeriše da životu treba uvek pristupati kao zabavi.

Svestan da samo ravnoteža gorkog i slatkog dovodi do harmonije, Gorki List personifikovan kroz zaštitno lice kampanje Gor-Chija, poručuje da i najslade zabave počinju sa nekoliko kapi gorčine.

I sam nastao u trenucima nadahnuća, brend Gorki List je sebi postavio zadatak da neprekidno afirmiše umetnost i kreativnost. Već više od dve decenije vezuje se za umetnost, neguje tradiciju i podržava prave vrednosti. Kao verni pratilac umetnosti, a posebno filmske, Gorki List nagradama koje je ustanovio, podstiče pojedince na razmišljanje i reakciju i poziva ih da izborom umetničkih ostvarenja daju svoj doprinos pozitivnom menjanju stvarnosti. Upravo zbog toga, Gorki List se vezuje za najveće filmske i kulturne manifestacije u našoj zemlji i regionu, među kojima su i Evropski filmski festival Palić, FEST, Nišvil i mnogi drugi. Gorki List je osnovao i sopstvene nagrade, Gorki List Creativity Award i Plamen strasti, afirmišući na taj način pojedince iz različitih oblasti društvenog života, koji pokazuju vatrenu strast u onome što rade i time pozitivno utiču na svoje okruženje.

Gorki List podstiče i razvija umetnost i u manjim sredinama i pruža podršku mladim, talentovanim ljudima omogućavajući da, nezavisno od toga gde žive, dobiju šansu da iskažu svoj potencijal i kreativnost.

## VREDNOSTI BREND A

Velike perspektive za razvoj brenda Gorki List zasnivaju se na zajedničkoj viziji, zajedničkom razvoju i deljenju vrednosti brenda sa svim učesnicima u procesu proizvodnje, distribucije i promocije ovog proizvoda. Otuda se svi part-



neri Gorkog lista prepoznaju po energiji, dobroj volji i po istom pogledu na to da kroz Gorki List stvaraju nešto što će ljudi na konkretnom tržištu prihvatiti, što će za njih biti jedinstveno i što će voleti. U toj misiji, tim Gorkog Lista najsnažnije pokreće činjenica i svest da posluje sa proizvodom najvišeg kvaliteta, duge tradicije i ovenčanog mnogobrojnim priznanjima.

## ONO ŠTO NISTE ZNALI

### GORKI LIST

- > Priznanje „United vodka - Tasting competition“ kojom je nagrađen Gorki List, dodeljuje se tokom filmskog festivala u Kanu, u društvu medija i filmskih zvezda iz čitavog sveta.
- > Na nekim od najvećih festivala filma u Srbiji, Gorki List je ustanovio nagradu publike, koja se dodeljuje filmovima izabranim od strane najbrojnijeg „žirija“, odnosno gledalaca, a zahvaljujući čijoj lojalnosti te manifestacije i traju svih ovih godina.
- > U narodu je isceljujuća moć pelina od davnina bila poznata. Koliko su ga Rimljani cenili pokazuje podatak da je pobednik na trkama četvoroprega dobijao pravo da otpije gutljaj pelinkovca. Smatralo se da on doprinosi zdravlju, a ono je najvrednija nagrada.
- > Među južnim Slovenima dugo se slavio „praznik mladeži“, kada bi zaljubljeni jedni druge „udarali“ stručkom pelina, pokazujući time javno svoj izbor. I danas Gorki List čuva tu simboliku spajanjem i povezivanjem ljudi, jer je najukusniji i najviše prija kada se pije udvoje!

