



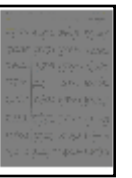


HORECA * EKONOMSKI POKRETNOSTI KRISTINA DE ŽAKLIĆ PRORUČJE

Pivo i cider, pića navijača i prvih dospeljenika

PIŠE SANJA VUKELIĆ

NAJVEĆI OSTVARENI UKUPNI PRIHOD U DJELATNOSTI PROIZVODNJE PIVA ISKAZALO JE DRUŠTVO ZAGREBAČKA PIVOVARA D.O.O. U IZNOSU OD 914,1 MILIJUN KUNA U 2014. GODINI. NA DRUGOM JE MJESTU PO OSTVARENIM UKUPNIM PRIHODIMA SA 695,2 MILIJUNA KUNA DRUŠTVO HEINEKEN HRVATSKA D.O.O. KOJE JE ISKAZALO POZITIVAN REZULTAT POSLOVANJA, I TO U IZNOSU OD 112,1 MILIJUN KUNA. ZAPOSLENIMA U DRUŠTVU HEINEKEN HRVATSKA D.O.O. OBRAČUNATA JE PROSJEČNA MJESEČNA NETO PLAĆA U IZNOSU OD 11.194 KUNA, FININI SU PODACI ZA 2014.



HORECA / EUROPSKO PRVENSTVO PIVARA IJE ZA RAST PROPADE



Lipanj je mjesec Europskog prvenstva u nogometu 2016. godine, što znači da je lipanj ujedno i mjesec piva. Naravno, pivo bi se konzumiralo, i konzumira se i bez Europskog prvenstva, ali pivari se obično nadaju boljem rastu prodaje u prigodama poput ove. Hrvatsko tržište, odnosno prodaja piva osciliralo je dosta proteklih godina, bilježeći padove, ali i rast. Godine 2011., primjerice, hrvatsko tržište piva poraslo je 8,5 posto nakon tri godine pada, i to zahvaljujući pivima s okusom. U 2014. globalno tržište piva poraslo je 2,8 posto, a prema podacima iz 2015., poduzetnici u djelatnosti proizvodnje piva za 2014. godinu iskazali su pozitivan konsolidirani financijski rezultat u visini od 298,8 milijuna kuna unatoč smanjenju neto dobiti za 40 posto u odnosu na 2013., ističe se u Fininim podacima. Nadalje, od ukupnog broja poduzetnika u djelatnosti, s dobitkom je poslovalo njih 53,1 posto. Ukupan prihod poduzetnika promatrane djelatnosti ostvaren u 2014. godini iznosio je 2,1 milijardu kuna, što je smanjenje za 11,9 posto u odnosu na prethodnu poslovnu godinu. Prosječna mjesečna obračunata neto plaća iznosila je 8.812 kuna, što je za 0,9 posto više u odnosu na prethodno razdoblje te za 80,6 posto više od prosječne mjesečne neto plaće zaposlenih kod poduzetnika na razini Hrvatske (4.878 kuna). Prema Fininim pokazateljima, među 32 poduzetnika u djelatnosti proizvodnje piva, dominantnu ulogu ima društvo Zagrebačka pivovara d.o.o. čiji je udio u ukupnim prihodima tog razreda djelatnosti (NKD 11.05) 42,3 posto, a koje je zaposlenima obračunalo prosječnu mjesečnu neto plaću u iznosu od 11.078 kuna. Društvo predvodi i s brojem zaposlenih kojih je bilo registrirano 531 u 2014. godini. Najveći ostvareni ukupni prihod u djelatnosti proizvodnje piva iskazalo je društvo Zagrebačka pivovara d.o.o. u iznosu od 914,1 milijun kuna. Na drugom je mjestu po ostvarenim ukupnim prihodima sa 695,2 milijuna kuna društvo Heineken Hrvatska d.o.o.

koje je iskazalo pozitivan rezultat poslovanja u 2014. godini, i to u iznosu od 112,1 milijun kuna. Zaposlenima u društvu Heineken Hrvatska d.o.o. obračunata je prosječna mjesečna neto plaća u iznosu od 11.194 kuna. Društvo Zagrebačka pivovara d.o.o. iskazalo je pozitivan rezultat poslovanja u 2014. godini (163,7 milijuna kuna), unatoč smanjenju neto dobiti za 22,4 posto u odnosu na 2013. godinu. Na trećem mjesecu je koprivnička tvrtka Carlsberg Croatia s ukupnim prihodom od 294,7 milijuna kuna ili udjelom od 13,6 posto u pivarskoj industriji. Pivovara Osijek je na četvrtom mjestu po ostvarenim prihodima, a u toj je tvrtki 2014. godine zabilježeno 60,3 milijuna kuna prihoda. Njen udjel u ukupnoj pivarskoj industriji iznosio je 2,8 posto. Zadnja je bužetska Istarska pivovara s prihodom iz 2014. u visini od 48,3 milijuna kuna i udjelom od 2,2 posto u ukupnoj hrvatskoj pivarskoj djelatnosti.

Pij s RAZLOGOM

Pivari su uvijek bili aktivni, a i avangardni u kampanjama, pa tako ne samo da je Zagrebačka pivovara nagrađena za oglasne kampanje na u travnju održanima Danima komunikacija, već je Ožujsko pivo uzburkalo i sve vode koje je moglo uzburkati s originalnom kampanjom "Počesi s razlogom", u svrhu borbe protiv raka testisa. Zagrebačka pivovara nastala je jer mali gornjogradski pivari nisu mogli proizvesti dovoljne količine piva za žedne Zagrepčane. Ožujsko pivo proizvodi se od 1892. godine, a ime je dobilo po mjesecu ožujku u kojem se je tradicionalno proizvodilo najbolje pivo. "Mjesec ožujak ime je u kojem se spajaju vještina i priroda. Nekad se u pivu uživalo tek u ljeto ili jesen, a ožujak je bio zadnji mjesec u kojem se pivo na prirodan način moglo hladiti i sazrijevati. Ožujaska hladnoća godila je svježem pivu, a iako ga danas možemo piti u svako doba godine, Ožujsko se pivo pije ohlađeno na ožujskih 5 stupnjeva." Heineken Hrvatska drži čvrsto drugo mjesto na hrvatskom tržištu piva, ističe se i u Hrvatskoj gospodarskoj komori, pod Znakovima hrvatske kvalitete. Karlovačka

pivovara promijenila je formalno ime u Heineken Hrvatska 2014., a s početkom travnja ove godine završen je proces preuzimanja Laško Grupe d.o.o., hrvatskog društva do sada u vlasništvu Pivovarne Laško iz Slovenije. Laško Grupa d.o.o. sada je potpuno integrirana u tvrtku Heineken Hrvatska. Oni su dio Heineken kompanije, najinternacionalnijeg proizvođača piva na svijetu. U svom portfelju imaju vrhunske proizvode. Pored Karlovačkog svijetlog piva, u toj su obitelji još i Karlovačko 0,0% Maxx, Karlovačko Limun Natur Radler, Karlovačko Laganini Natur Radler, Karlovačko Ledero Natur Radler, Karlovačko 0,0% Natur Radler, Karlovačko Royal 1854, Karlovačko Primavera te Karlovačko crno. Također, imaju i međunarodne brendove Heineken, Amstel Premium Pilsener, Edelweiss Snowfresh i Desperados. Uz pivo, tu je i cider broj 1 na svijetu, Strongbow, na hrvatskom tržištu dostupan u tri okusa, jabuka, bazga i crveno bobičasto voće. "Dark fruit" novi je okus cidera Strongbow predstavljen u travnju ove godine. Uz dva već poznata okusa, jabuku i crveno bobičasto voće, cider Strongbow odsad je na hrvatskom tržištu dostupan i s okusom tamnog voća u kojem prevladava crni ribiz. Heineken je diljem svijeta poznat kao proizvođač piva, ali i vodeći proizvođač cidera te najveći svjetski uzgajivač jabuka za izradu ovog pića. Svoje proizvode izvoze u Australiju, Austriju, Bosnu i Hercegovinu, Kanadu, Mađarsku, Njemačku, Sjedinjene Američke Države, Sloveniju, Švedsku i Švicarsku.

PIĆE PRVIH DOSELJENIKA

Cider je bio najpopularnije piće u Sjevernoj Americi i Engleskoj iz vremena ranih naseljenika, i to s razlogom, jer je voda bila potencijalno smrtonosna. U Americi postoji izreka kako je "vino mudrost, pivo je snaga, a voda je bakterija". U engleskom govornom području konzumenti osvježavajućih alkoholnih pića već se neko vrijeme suočavaju s dilemom "pivo ili cider"? Koje je bolje? Među našim konzumentima, čini nam se, ne postoji takva podjela, niti dilema, ali zanimljivo je pogledati što nam preoceanski susjedi misle.

Pivo je dugo Americancima bilo najdraže alkoholno piće. No, za sve veći broj tamošnjih građana jabučni cider postaje prevladavajući. Prema nekim podacima, Britanci konzumiraju gotovo polovicu svih jabukovača proizvedenih u svijetu. Popularnost cidera u SAD-u oslabila je nakon uvođenja njemačkih piva u 19. stoljeću, a dodatno je smanjena nakon prohibicije. Ipak, u posljednje vrijeme cider krči svoj put natrag u Americi. Prema starijim predviđanjima, u periodu od 2011. do 2016. američko tržište cidera trebalo je porasti 65 posto. Kad su pivo i cider jedno pored drugog, uspoređuje ih se po sastavu i potencijalnim zdravstvenim prednostima, pogotovo danas kad je sve popularnija opcija pića bez glutena. Svaki je napitak jedinstven i uvelike se razlikuju čak i međusobno, od proizvođača do proizvođača. Jaki cider i pivo dramatično se razlikuju po sastavu. Cider je napravljen od kombinacije kvasca i jabuke, superhrana s vitaminom C i antioksidantima za zaštitu srca i smanjivanje rizika od dijabetesa i astme. Budući da većina piva nema voćnog soka, njihove prehrambene vrijednosti su drukčije od cidera. Pivo sadrži više proteina i vitamina B nego vino ili jabukovača, a također je bogat i kalijem. Neka piva u sebi sadrže i 10 posto od ukupnog dnevnog unosa folata, nužne komponente formiranja i rasta crvenih krvnih stanica. Umjerena konzumacija alkohola, što podrazumijeva jedno piće na dan za žene i dva za muškarce, ima više potencijalnih zdravstvenih blagodati. Znanstvenici su proučavali zdravstvene prednosti alkoholnih pića poput piva, vina i žestica u svrhu smanjivanja rizika od srčanih bolesti, kognitivnog propadanja i demencije. Prema nekim studijama, jake jabukovače imaju potencijal sadržavati antioksidanata koliko i vino. Međutim, rezultati variraju od proizvoda do proizvoda, jasno pokazujući promjenjivu razinu polifenola ovisno o sortama korištenih jabuka. U procesu proizvodnje piva, polifenole, koji se obično nalaze u hmelju i sladu, pivari nerijetko uklanjaju jer mogu uzrokovati mutnoću pića. To obično smanjuje ukupni sadržaj polifenola, pa u usporedbi s jabukovačom pivo



zaostaje u koncentracije polifenola. Međutim, u studiji s Oregon State Universityja potvrđeno je da hmelj često sadrži flavonoide koji pružaju antioksidacijsku zaštitu stanica. Zdravstvene prednosti konzumacije piva šire se na srce, u prilog čega idu istraživanja talijanskih znanstvenika (Simona Costanzo, Augusto Di Castelnuovo, Maria Benedetta Donati, Licia Iacoviello, Giovanni de Gaetano) koji su otkrili da umjerena konzumacija piva smanjuje rizik od srčanih bolesti za 31 posto.

RAZLIKA U ŠEĆERU

Količina šećera po boci je glavna razlika između piva i jakog cidera. Pivo je bez šećera i obično ga dodaju pivari u malim količinama za ravnotežu kiselosti. Cider, međutim, može imati prilično visok udjel šećera. Taj je u rasponu od 15 grama (tri čajne žlice) do čak 23 grama šećera (7 žličica po napitku). Promjenjiv sadržaj šećera rezultat je procesa fermentacije. Broj kalorija iz boce piva ili cidera otprilike je isti, ali potonje piće je obično bogatije ugljikohidratima zbog viših razina šećera. I pivo i jabukovača su kalorični napici, s visokom razinom ugljikohidrata, stoga, ako pazite na kilograme, budite umjereni u piću, tradicionalan je savjet kojeg mnogi često zaboravljaju, pogotovo u posebnim prigodama slavlja. Cider je po definiciji piće dobiveno fermentacijom soka od jabuke, s otprilike šest posto alkohola, navodi se na stranici cider.hr, na čijem webu također možete naručiti produkt za teritorij Republike Hrvatske. Dok naručujete ili se informirate, doznat ćete i da je kapetan James Cook nosio cider na putovanja kako bi spriječio skorbut kod svojih mornara. Kirurzi tog vremena često su s napitkom čistili rane. Lord Somersby otac je mnogih otkrića, a njegovo najpoznatije

otkriće je Somersby cider, što je svojevremeno bilo najpoznatije piće Napoleona, Kleopatre i Newtona, iznose na Somersby Croatia. Napitak je dostupan u različitim okusima, od kojih su najpopularniji Somersby Jabuka, Somersby Kruška i Somersby Kupina. Briska švedski cider ima podružnicu u Osijeku. Briska švedski cider je prirodno, voćno piće. Na hrvatskom tržištu dostupno je u pet različitih okusa, nar, bazga, crni ribiz-malina, kruška i jabuka. Široku paletu brandova, piva i cidera, ima i Carlsberg, kao i svi drugi spomenuti. U Carlsbergu su "žedni izvrsnosti", kako ističu na svojim službenim stranicama. Imaju certificirani integrirani sustav upravljanja koji objedinjuje ISO 9001 i ISO 14001 za sustav upravljanja kvalitetom i okolišem, ISO 22000 za sustav upravljanja sigurnošću hrane te OHSAS sustav. Carlsbergom Croatia postala je Panonska pivovara u ožujku 2004. godine, a Carlsberg Croatia 2007. postaje dio regije Carlsberg South East Europe. Proizvodnja piva u Osijeku (Tvrdavica i Varoš) se, prema podacima Hrvatske gospodarske komore, spominje u poreznim knjigama iz 1697. godine. Godine 2009. Osječko pivo dobiva novo ruho slijedeći svoju tradiciju, ali i prihvaćajući aktualne trendove. Proizvodnja Osječkoga piva realizira se kroz vlastite izvore vode uz moderan i suvremen pogon pripreme. Istarska pivovara je osnovana u srpnju 1977. godine zbog potražnje za lokalnom pivovaram koja može zadovoljiti rastuće potrebe lokalnih stanovnika i turista za pivom visoke kvalitete. Osim vodećeg istarskog branda Favorit piva, 2010. godine lansirano je i Istarsko pivo sa 4 posto alkohola, jeftinije pivo sa zadržanom razinom kvalitete. Godine 2011. pivovara izdaje i Favorit Radler s okusom limete i grejpa.

Razbijen mit o pivu kao namirnici s visokim udjelom glutena

TIM STRUČNJAKA POD VODSTVOM DR. SC. LEE POLLAK I DOC. DR. SC. DARIJE VRANEŠIĆ BENDER PROVELO JE ANALIZU 27 RAZLIČITIH KOMERCIJALNIH PIVA DOSTUPNIH NA HRVATSKOM TRŽIŠTU, OD KOJIH JE 5 BILO RADLER PIVA I 2 CRNA PIVA



Pivo je drugo najpopularnije piće na svijetu, nakon čaja, stiže nam vijest iz Grupačije proizvođača piva, slada i hmelja pri HGK. Budući da je osnovna polazna sirovina za pivo ječam, namirnica koja sadrži gluten, postavlja se pitanje sadržaja ove molekule u pivu. Iako je uvriježeno mišljenje da je pivo bogato glutenom, istraživanje provedeno u Hrvatskoj pokazalo je sasvim suprotne rezultate. Kako bi izmjerili razinu glutena u najčešće konzumiranim komercijalnim vrstama piva proizvedenih isključivo od ječmenog slada u Hrvatskoj, tim stručnjaka pod vodstvom dr. sc. Lee Pollak i doc. dr. sc. Darije Vranešić Bender provelo je analizu 27 različitih komercijalnih piva dostupnih na hrvatskom tržištu, od kojih je 5 bilo radler piva i 2 crna piva. Rezultati istraživanja predstavljenog i objavljenog ove godine na 51. hrvatskom i 11. međunarodnom simpoziju agronoma održanom u Opatiji otkrivaju da je količina glutena u većini ispitivanih piva (92,6 posto) prihvatljiva i niska te ne prelazi zakonodavne odredbe koje propisuju da se hrana u kojoj sadržaj glutena nije viši od 20 mg/kg može označiti „bez glutena“. Time su potvrđeni rezultati prijašnjeg istraživanja u geografski bliskom području Republici Hrvatskoj u kojem se pokazalo da 84 posto uzoraka odgovara uvjetima količine do 20 mg glutena po kg proizvoda te je time razbijen mit o pivu kao namirnici s visokim udjelom glutena. Korisna informacija za oboljele od celijakije te druge osobe koje provode bezglutensku dijetu je da bi konzumacijom 3 dL piva koje sadrži najveću količinu glutena u ovome istraživanju (27.9 mg/kg) unijeli tek 8.37 mg glutena. Količine glutena ostalih piva, unosom doze od 3 dL, kretale bi se od zadovoljavajućih 1.68 mg do 5.52 mg. Uzmemo li u obzir da je prag tolerancije za većinu oboljelih 10-20 mg glutena dnevno, ove se vrijednosti uz odgovornu konzumaciju smatraju prihvatljivima u okviru bezglutenske dijetu. Ipak, potrebno je pažljivo praćenje unosa glutena iz svih izvora kako bi dnevna doza bila u preporučenim granicama za oboljele. Kada je riječ o osobama s intolerancijom glutena koja nije izazvana celijakijom, granične vrijednosti dnevnog unosa su veće i stoga konzumacija lager piva ne bi trebala predstavljati problem za te osobe.

POSLOVANJE PODUZETNIKA U DJELATNOSTI PROIZVODNJE PIVA U 2014. G.

RRB.	NAZIV	MJESTO	UKUPNI PRINOD	UDIO U RAZREDU DJ.
1.	ZAGREBAČKA PIVOVARA D.O.O.	ZAGREB	914.116	42,3%
2.	HEINEKEN HRVATSKA D.O.O.	KARLOVAC	695.244	32,2%
3.	CARLSBERG CROATIA D.O.O.	KOPRIVNICA	294.686	13,6%
4.	PIVOVARA OSJEK D.O.O.	OSJEK	60.311	2,8%
5.	ISTARSKA PIVOVARA D.O.O.	BUZET	48.265	2,2%
UKUPNO SVI PODUZETNICI (33) U DJELATNOSTI TLOS			2.160.726	100,0%

IZVOR: FINA

Evidencijski broj / Article ID: 16757357
 Vrsta novine / Frequency: Mjese na
 Zemlja porijekla / Country of origin: Hrvatska
 Rubrika / Section:



Selected date(s): 01.01.2015 - 31.12.2015
 Selected channel(s): HTV1; HTV2; RTL; RTL 2; NOVATV; DOMA TV
 Selected product(s): 07. BEER
 Selected target(s): TOTAL INDIVIDUALS UNIVERSE: 4.090.004 CASES: 2.098

nielsen

TARGET	Sector								
TOTAL INDIVIDUALS	01. BEVERAGES								
CATEGORY	Class	Advertiser	Brand	Variant/Variables	Eq. GRP	Insertions			
07. BEER	01. BEER		KARLOVACKO PIVO	KARLOVACKO PIVO - BRAND GENERAL ADVERTISING	3.603,87%	1.577			
			HEINEKEN	HEINEKEN - BRAND GENERAL ADVERTISING	1.043,44%	367			
				HEINEKEN - COMPETITION FOR A PRIZE	191,38%	206			
			HEINEKEN HR	KARLOVACKO CRNO	KARLOVACKO CRNO - BRAND GENERAL ADVERTISING	184,99%	146		
				AMSTEL	AMSTEL PREMIUM PILSENER	2.665,80%	1.003		
				KARLOVACKO ROYAL	KARLOVACKO ROYAL - BRAND GENERAL ADVERTISING	490,13%	246		
				KARLOVACKO NE. RETRO	KARLOVACKO NEPASTERIZIRANO RETRO - BRAND ADVERTISING	1.469,35%	482		
				OZUISKO PIVO	OZUISKO PIVO - BRAND GENERAL ADVERTISING	7.424,84%	2.063		
				STELLA ARTOIS	STELLA ARTOIS - BRAND GENERAL ADVERTISING	3.431,74%	927		
				ZAGREBACKA PIVOVARA	BECK'S	BECK'S - BRAND GENERAL ADVERTISING	4.786,34%	1.459	
					STAROPRAMEN	STAROPRAMEN - BRAND GENERAL ADVERTISING	4.920,55%	1.335	
					OZUISKO PIVO REZANO	OZUISKO PIVO REZANO - BRAND GENERAL ADVERTISING	2.097,67%	813	
					PAN PIVO	PAN PIVO - BRAND GENERAL ADVERTISING	5.290,79%	2.890	
					CARLSBERG CROATIA	PAN PIVO - SPECIAL OFFER	1.101,36%	805	
					ZLATNI PAN	ZLATNI PAN - BRAND GENERAL ADVERTISING	2.415,65%	1.238	
					PIVOVARNA LASKO	LASKO PIVO - BRAND GENERAL ADVERTISING	1.137,69%	970	
						LASKO PIVO - PIVO & CVETJE FESTIVAL	130,75%	95	
				05. NON - ALCOHOLIC BEER	HEINEKEN HR	KARLOVACKO RADLER	KARLOVACKO RADLER NATUR	501,84%	607
				06. BEER GENERAL ADVERT.	HEINEKEN HR	KARLOVACKO RADLER	KARLOVACKO RADLER NATUR	29,07%	52
				03. MIXED BEER FRUIT	HEINEKEN HR	KARLOVACKO RADLER	KARLOVACKO RADLER NATUR	1.252,08%	1.365
	02. WHEAT BEER	HEINEKEN HR	KARLOVACKO PRIMAVERA	KARLOVACKO PRIMAVERA - BRAND GENERAL ADVERTISING	3,65%	2			
Summary for Columns					44.172,71%	18.648			

INFINITI / CONSUMER CATIBUS

Sadržaj: PIVO
 Uzorak: N=428; 18 + GODINA
 Datum: Travanj 2016.

PITANJE: KOJE PIVO PREFERIRATE?

ODGOVORI	N
ALKOHOLNO	381
BEZALKOHOLNO	20
RADLER	47

PITANJE: OD ALKOHOLNIH NAJVIŠE KUPUJETE:

ODGOVORI	N
KARLOVACKO	86
OZUISKO	114
PAN	23
TUBORG	/
HEINEKEN	1
OSIEČKO	73
BECK'S	13

STELLA ARTOIS	/
LASKO	1
VELEBITSKO	6
BAVARIA	1
NEKA DRUGA	63

PITANJE: PIVO KUPUJEM:

ODGOVORI	N
SVAKI DAN ILI GOTOVO SVAKI DAN	60
JEDNOM TIEDNO	154
JEDNOM MJESEČNO	103
NEKOLIKO PUTA GODIŠNJE	47
JEDNOM GODIŠNJE	17
NIKADA	30

PITANJE: PIVO NAJČEŠĆE PIJEM:

ODGOVORI	N
UZ OBROK	111
KADA GLEDAM TELEVIIZIJU	44
U DRUŠTVU, UZ NEKI SPORTSKI DOGAĐAJ	197
SAMI/A, KAO SVAKODNEVNI NAPITAK	29