

BUSINESS

ČASOPIS ZA KUPCE
CARLSBERG SRBIJA D.O.O.
LETO/JESEN 2008.

Carlsberg
Srbija



LAV
STRONG BEER JAKO PIVO
0,5 LIT. ALK. 7,2% v/v
16,2% EKSTR.



ili jesi **LAV** ili nisi

SADRŽAJ:

S05



Carlsberg Srbija proširila kapacitete

S06



Godišnji izveštaj o zaštiti životne sredine

S08



ISO/TC 176 konferencija

S10



Tuborg Lemon

S13



Tuborg Green Beat

S16



Lav sponzor Fudbalske reprezentacije Srbije

Besplatan časopis za kupce kompanije Carlsberg Srbija d.o.o. **CS: BUSINESS**

Izdaje i uređuje: Carlsberg Srbija d.o.o., Proleterska 17, 21 413 Čelarevo

Telefon centrale: 021 755 0 646

E-mail: info@carlsberg.rs

Glavni i odgovorni urednik: Aleksandra Ranković

Tehnički urednik, dizajn i pretom: Sanja Maksimović

Uređivački odbor: Dragan Novaković, Sanja Maksimović, Jovana Mladenović

Tiraž: 1000 primeraka

Štampa: Foto-Okolo, Novi Sad

REČ GENERALNOG DIREKTORA

Poštovani,

Iako se pred vama nalazi prvi broj Magazina za kupce kompanije Carlsberg Srbija, u njemu vas nećemo upoznavati sa tim ko smo, jer ovaj časopis ne predstavlja početak, već samo stepenik više u već izgrađenom odnosu međusobnog poverenja koji smo zajedno tokom godina formirali.

Privatizacijom pivare u Čelarevu 2004. godine i ulaskom kompanije Carlsberg na tržište Srbije, uveli smo nove standarde među proizvođačima piva, unapređenjem svih segmenata poslovanja, pre svega proizvodnje i prodaje, navikavajući na taj način potrošače da od nas očekuju samo vrhunski kvalitet.

Za četiri godine, koliko poslujemo u Srbiji, rezultati koje smo postigli na svim poljima su zaista izuzetni, a ono čime se najviše ponosimo je porast obima proizvodnje na 2.000.000hl kao i značajno povećanje broja zaposlenih, koji trenutno iznosi 560. Čvrsta druga pozicija koju zauzimamo na tržištu, dokaz je da ste vi u nama prepoznali pravog partnera, koji vam u svakom trenutku može garantovati vrhunski kvalitet svojih proizvoda, ali i odgovoriti na potrebe za novim ukusima.

Širok portfolio brendova kompanije Carlsberg Srbija svakom ljubitelju piva omogućava da izabere svoje omiljeno, a savremeni dizajn ambalaže, kojim se posebno ponosimo, omogućava da se naša piva služe na svim mestima i u svim prilikama. Pored toga, poštujući jedno od osnovnih načela svog poslovanja koje se odnosi na zadovoljstvo kupaca, trudimo se da svojim potrošačima uvek izađemo u susret podržavajući njihove omiljene aktivnosti ili aktivno učestvujući u njihovoj organizaciji. Tako je Lav pivo poznato kao veliki prijatelj srpskog fudbala, pomažući njegov razvoj dugogodišnjim sponzorstvom nacionalne reprezentacije Srbije, organizacijom Lav kupa, kao i stalnom podrškom malim fudbalskim klubovima širom zemlje. Sa druge strane, Tuborg Green već godinama unazad predstavlja sinonim dobre zabave i kvalitetne muzike, učestvujući na najvećim muzičkim festivalima u Srbiji, među kojima su svakako najvažniji EXIT, Tuborg Green Fest i Tuborg Green Beat.

Podrška koju dobijamo od vas, naših kupaca, a koja se, između ostalog ogleda i u konstantnom rastu prodaje od samog ulaska na srpsko tržište, najbolji je dokaz da su naše aktivnosti pravi odgovor vašim očekivanjima i da koračamo putem uspeha.

Na kraju, ono što vam kao predstavnik verovatno najbolje pivske kompanije u Srbiji mogu poručiti, je da od nas uvek zahtevate više, jer zadovoljenje potreba naših kupaca je ono što nas motiviše da konstantno unapređujemo sve segmente svog poslovanja i svakim danom budemo sve bolji.

Srdačno vaš,
Aleksandar Radosavljević
Generalni direktor Carlsberg Srbija d.o.o.



ISTORIJAT KOMPANIJE

Pivaru "Čelarevo" osnovao je 1892. godine Lazar Dunderški, u to vreme, jedan od najstaknutijih srpskih veleposednika, u Čelarevu, na poljoprivrednom imanju svoje porodice. Početni kapacitet pivare iznosio je 10.000 hl godišnje. Nakon završetka II Svetskog rata u postupku nacionalizacije, pivara je od privatnog, postala državno i društveno vlasništvo. Značajan tehnološki razvoj pivare počinje tek 70-tih godina dvadesetog veka, mada je sve do 1975. godine proizvodnja iznosila oko 150.000 hl piva godišnje. Tokom 1980. godine, sagrađena je, za tadašnje pojmove, najmodernija hala sa dve linije za otakanje piva u flaše, kao i moderni sistem hlađenja i otakanja u burad. Posebno nagli razvoj, pivara doživljava 1990. godine kada se montira najsavremenija, potpuno automatizovana variona, kapaciteta 1.200.000 hl godišnje.

U toku svoje istorije pivara „Čelarevo“ je proizvodila: Dunderškovo pivo, Čib pivo, Tref zlatno pivo, Standard pivo, Herkules crno pivo, Export ala Pilsen, Novosadsko pivo, Specijalno crno pivo, Lav pivo-specijal.

Po okončanju saradnje sa nemačkom kompanijom za proizvodnju piva Löwenbrau i isteka licence, na tadašnjem jugoslovenskom tržištu Pivara „Čelarevo“ plasira pivo sa danas prepoznatljivim znakom „Lav“.

Septembra 2003. godine većinski deo akcija Pivare Čelarevo a.d. otkupila je kompanija Carlsberg Breweries A/S. Privatizacija pivare „Čelarevo“ predstavlja jednu od najuspešnijih privatizacija u Srbiji, a kompanija Carlsberg se nalazi među najvećim stranim investitorima u srpsku privredu. Vrednim radom i zalaganjem svih zaposlenih, pivara je zadovoljila standarde i kvalitet i tako novembra 2005. godine ponela prestižno ime Carlsberg Srbija d.o.o. i postala deo međunarodnog koncerna za proizvodnju piva Carlsberg Breweries A/S.

2004. godine izgrađena je nova hala, a uvedena je i proizvodnja piva u PET ambalaži.



2005. godine sagrađen je novi magacin za gotove proizvode. 2006. godine je puštena u rad nova kvasna stanica sa proširenim kapacitetima za fermentaciju piva (3x5500 hl - novi cilindrično konusni tankovi). Pored toga, proširena je zgrada i postavljena su dva nova rezervoara za filtrirano pivo (BBT).

Početkom 2007. godine uvedena je nova, kombinovana linija za limenke i nepovratnu staklenu ambalažu. Iste godine, izgrađena je nova linija za punjenje Draught Master KEG-ova, potom zgrade za sektore Lanca snabdevanja i komercijale obnovom stare varione, kao i nova trafo stanica. Takođe, proširen je i magacin gotovih proizvoda.

U 2008. godini, proširene su zgrade za filtraciju i variona, izgrađena je nova kotlarnica, a postavljeno je i šest dodatnih fermentora, čime je ukupan kapacitet fermentora sa dosadašnjih 93.900hl, povećan na 126.900hl. Kombinovana linija (za limenke i za nepovratne staklene boce), razdvojena je na dve zasebne linije. Iste godine, izgrađene su nove stanice za pripremu vode i preradu otpadnih voda.

Carlsberg Srbija d.o.o. nalazi se u stalnom usponu na tržištu, a dokaz za to je i pomeranje sa četvrte pozicije u 2004. godini, na čvrstu drugu poziciju već u 2006. godini, na kojoj se nalazi i danas.

ONO ŠTO NISTE ZNALI...

„Hoću da vas oženim. Devojka koju sam vam namenio podobna je da savlada svakog ženomrscu. Ja mislim da bi i mrtvog oživela, a konačno... može doneti i do jednog miliona dolara ako treba“, izgovorio je čuveni romantičarski pesnik Laza Kostić, kada je Lenku Dunderški, ćerku osnivača pivare Čelarevo, Lazara Dunderškog, želeo da uda za Nikolu Teslu. Lazin provodadžiluk nije uspeo. Tesla se nije upecao, a nesrećna Lenka je mlada umrla, a da nesuđenog mladoženju nije ni videla.

Čuveni srpski romantičarski pesnik Laza Kostić bio je luđo zaljubljen u ćerku Lazara Dunderškog, prelepu Lenku. Zbog 30-togodišnje razlike u godinama, ljubav je ostala neostvarena, a posle Lenkine nesrećne smrti, svoju ljubav je ovekovečio u možda najlepšoj njegovoj pesmi «Santa Marija dela Salute».

Čuveni veleposednik i pivar Dunderški bio je istovremeno i veliki boem. Često je dolazio u Peštu da se provede. Jednom prilikom je u blatnjavim čizmama i paorskom odelu ušao u luksuzni „Grand hotel“ na Margo Sigeru, gde su sedeli mađarski plemenitaši. Naručio je pivo i pio ga iz boce. Da ga ponize, peštanski plemići su naručili od natkonobara bocu šampanjca, ali da se hladi u kibli punoj hladnog piva! Dunderški ih je mirno pogledao i naručio još jedno pivo. Ali da se hladi u kibli punoj hladnog šampanjca!

OSTVAREN NAJVEĆI RAST NA PIVSKOM TRŽIŠTU SRBIJE

Prema podacima koje je objavilo Udruženje pivara Srbije, kompanija Carlsberg Srbija je u odnosu na isti period prošle godine, ostvarila do sada najveći rast u volumenu proizvodnje piva lansiranog na domaće tržište. Rast je zabeležen i kada je u pitanju pivo izvezeno na tržišta u regionu.

Kada se uporede rezultati na šestomesečnom planu, kompanija Carlsberg Srbija je u odnosu na prvu polovinu prošle godine (od januara do juna 2008. godine) ostvarila povećanje od 6,07 odsto na domaćem tržištu, dok je kada je izvoz u pitanju, u odnosu na isti period, ostvarila rast od 6,59 odsto.

“Unapređivanje naših proizvoda i istraživanja novih načina postizanja vrhunskih rezultata su plod ukupnog zajedničkog rada i razmene ideja, a projekti koje trenutno sprovodimo u zemlji i regionu predstavljaju temelj za još uspešnije poslovanje kompanije. Stalna ulaganja i stručnost su nam na prvom mestu, a osnovni motiv svih napora kompanije je da svojim potrošačima uvek pružimo najkvalitetnije proizvode. Poslednju reč uvek daju potrošači i poslovni partneri, što pokazuje i povećanje na domaćem tržištu od preko 6 odsto. Naš cilj je upravo njihovo zadovoljstvo“, istakao je Aleksandar Radosavljević, Generalni direktor kompanije.

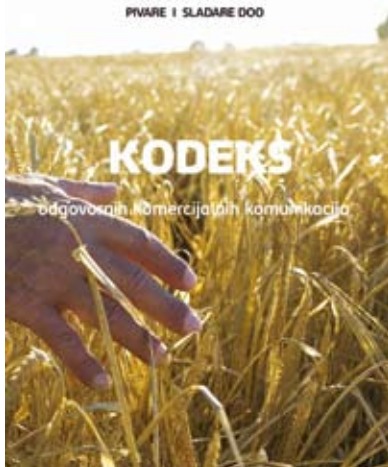


Carlsberg Srbija znatno proširila proizvodne kapacitete

Zahvaljujući snažnom rastu, Carlsberg Srbija znatno je proširila svoje kapacitete proizvodnje u toku 2008. godine. Kompanija je instalirala šest dodatnih cilindrično-konusnih fermentora, a u cilju zadovoljenja sve većih potreba kupaca za brendovima i proizvodima visokog kvaliteta. U sedište kompanije Carlsberg Srbija, u Čelarevo, iz Nemačke gde su proizvedeni, stiglo je šest fermentora kapaciteta 5.500hl po tanku koji će kompaniji omogućiti povećanje ukupnog kapaciteta fermentora sa sadašnjih 93.900hl na 126.900hl. Oni su na rečnom putu do Srbije prošli kroz nekoliko zemalja, a potom su suvozemnim putem dopremljeni do pivare.



Kodeks o odgovornim komercijalnim komunikacijama



Proizvođači piva i slada na teritoriji Srbije okupljeni u udruženju Pivare i sladare d.o.o. usvojili su Kodeks o odgovornim komercijalnim komunikacijama. Ovaj kodeks predstavlja standardizaciju komunikacija na tržištu piva. Na ovaj način definisan je sadržaj reklama o pivu, a posebno je propisano obavezno izbegavanje povezivanja konzumiranja piva sa upravljanjem motornim vozilima, pripisivanje lekovitih svojstava, ili stvaranje predstave da upotreba alkohola povećava mentalne i fizičke sposobnosti. Kodeksom su obuhvaćeni proizvođači piva, ali i svi saradnici koji su uključeni u promociju brendova, počev od onih koji pripremaju kreativna rešenja, rade na unapređenju prodaje, organizuju manifestacije ili plasiraju poruke i reklame. Kodeks koji je promovisan, usvojen je jednoglasnom odlukom svih 13 članica Udruženja Pivare i Sladare d.o.o – Carlsberga Srbija, AD Apatinske Pivare Apatin, Beogradske industrije Piva, Bečejske Pivare AD, Brauerei MB, Efesa Weifert – Pivare Pančevo, Efes Zaječar – Pivare, Grmeč – Sladare, Jagodiske pivare i Maltinex – sladare.

Carlsberg Srbija predstavila prvi godišnji Izveštaj o zaštiti životne sredine

Kompanija Carlsberg Srbija d.o.o. predstavila je javnosti 16. jula 2008. godine svoj godišnji izveštaj o zaštiti životne sredine u 2007. godini. Uz prisustvo brojnih gostiju i predstavnika relevantnih institucija iz oblasti zaštite životne sredine u Botaničkoj bašti "Jevremovac", predstavnici kompanije govorili su o realizovanim projektima, ali i planovima za aktivnosti koje će se sprovoditi u narednom periodu na očuvanju životne sredine. Na ovakav način kompanija Carlsberg Srbija, koja među prvima u Srbiji uvodi ovu inače kompanijsku praksu, želi da pozove i ostale da se priključe akciji podizanja svesti o važnosti promovisanja zaštite životne sredine i socijalno odgovornog ponašanja. „Stabilan razvoj je moguć samo u naprednoj zajednici u kojoj je svaki član zadovoljan i u kojoj se konstantno ulaže kroz socijalno odgovorno poslovanje i to na svim poljima. Svaka kompanija

treba da teži stvaranju neraskidive celine sa lokalnom zajednicom ali i da se maksimalno potruži da sačuva prirodnu sredinu u kojoj posluje. Naša kompanija nastoji da svojim primerom pokaže da se ulaganje u prirodu višestruko isplati, te nastojimo da minimiziramo negativni uticaj na vazduh, vodu i zemljište, da smanjimo potrošnju energije u proizvodnji, kao i da optimiziramo korišćenje prirodnih resursa“, istakao je Generalni direktor kompanije Aleksandar Radosavljević. Kompanija Carlsberg Srbija je u 2007. godini ostvarila povećanje proizvodnje piva od 27 odsto i to uz istovremeno smanjenje potrošnje energije od 11 odsto, u odnosu na isti period 2006. godine, po svakom proizvedenom hektolitru piva. Od kupovine Pivare Čelarevo 2003. godine kao jedan od primarnih ciljeva kompanija je postavila pomoć lokalnoj zajednici u razvoju, trudeći se da svojim primerom pokaže koliko je važno štititi životno



okruženje. Zato se posvetila ostvarenju najviših standarda odgovornog ponašanja prema okolini. Jedan od najznačajnijih projekata koje sprovodi Carlsberg Srbija je projekat izgradnje stanice za prečišćavanje otpadnih voda čija je realizacija započeta u prvoj polovini 2007. godine. Kompanija očekuje da će već krajem godine imati prve evidentne rezultate u sprovođenju strategije savremenih tehnologija u proizvodnji i poslovanju.

NAGRADA ZA DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE



Kompanija Carlsberg Srbija d.o.o. osvojila je nedavno treće mesto na konkursu Privredne komore Srbije za projekat "Uspostavljanje društvene odgovornosti preduzeća (CSR) u jugoistočnoj Evropi". U oštroj konkurenciji među 400 kompanija u Srbiji, kompanija Carlsberg Srbija je postala jedina pivarska kompanija u Srbiji koja je nagrađena za projekte društveno odgovornog poslovanja, koje je sprovela u proteklom periodu.

Regionalni direktor za Carlsberg Jugoistočna Evropa dr Isaac Sheps rekao je da naša kompanija smatra da održivi razvoj može da se ostvari samo kroz uravnoteženo zadovoljenje potreba i očekivanja svih interesnih grupa – kupaca, potrošača, akcionara, zaposlenih, dobavljača, partnera i društva.

"Odgovornost prema zajednici predstavlja integralni deo principa poslovanja Carlsberg Srbija. Kompanija smatra da finansijski uspeh ne može da bude jedini cilj poslovanja, i može da posluje uspešno samo u prosperitetnoj zajednici. Pored svojih poslovnih ciljeva, Carlsberg Srbija veliki značaj pridaje aktivnostima vezanim za zaštitu životne sredine i društvenu odgovornost", rekao je Regionalni direktor za Carlsberg Jugoistočna Evropa dr Isaac Sheps.

Prema njegovim rečima, kompanija Carlsberg Srbija podržava napore u cilju zaštite i poboljšanja okruženja, kao i društvenih aktivnosti kao što su očuvanje kulturnih spomenika, među kojima je i projekat "Otvoreni Carlsberg".

Uređenje Čelareva

Kompanija Carlsberg Srbija pokrenula je još septembra 2006. godine akciju uređenja parka oko letnjikovca Dunderski, neposredno u blizini pivare Čelarevo. Akcija čišćenja, sprovedena je u tri navrata (septembar 2006., april 2007. i septembar 2007. godine). Ove akcije imale su za cilj očuvanje lokalnog nasleđa. Učesnici u akcijama čišćenja bili su zaposleni kompanije, kao i predstavnici medija koji su želeli da daju svoj doprinos oplemenjivanju okruženja letnjikovca. Kompanija nastoji da oplemenjivanjem parka ulepša okruženje letnjikovca kao kulturnog spomenika koji je od velikog značaja za region Vojvodine, kako bi ovo predivno zdanje dobilo zasluženno mesto na turističkim mapama Srbije.

Zahvaljujući brizi o lokalnoj zajednici, svojim nesebičnim zalaganjem Carlsberg Srbija je prema odluci Skupštine opštine Bačka Palanka 2007.godine, postala i zvanični staratelj parka čelarevskog letnjikovca. Ovo se svakako može i videti na delu jer zaposleni kompanije ulažu kako odgovornost, tako i energiju kako bi se povratio stari sjaj ovom zdanju.

18. aprila 2008. godine, kompanija Carlsberg Srbija organizovala je akciju uređenja Čelareva i neposrednog okruženja pivare u kojoj su učestvovali svi zaposleni. Ovo je još jedna u nizu tradicionalnih akcija kojima kompanija daje doprinos očuvanju životne okoline i sredine u kojoj posluje.



Uređivanje ovih prostora svakako će doprineti isticanju lepote Čelareva, već čuvenog ne samo po pivarskoj industriji već i po prirodnim lepotama i istorijskim znamenjima koja poseduje.

Dvorac Dunderski, nekada jedno od najlepših zdanja u Vojvodini, sagrađen je još u prvoj polovini XIX veka i nalazi se u neposrednoj blizini pivare u Čelarevu. Oko dvorca se prostire veliki park, koji je poznat po mnogim vrstama biljaka koje su za prve vlasnike pivare, porodicu Dunderski, donosili njihovi prijatelji iz celog sveta. Park baštini preko 120 vrsta različitog bilja.

ISO/TC 176 KONFERENCIJA U NOVOM SADU



Kompanija Carlsberg Srbija i Institut za standardizaciju Republike Srbije organizovali su od 17. do 24. maja 2008. godine Međunarodni godišnji skup Komiteta ISO/TC 176 u Novom Sadu.

Srbija je ove godine, po prvi put, imala priliku da bude mesto susreta učesnika ogranka Međunarodne organizacije za standardizaciju (ISO), što predstavlja veoma važan događaj za pozicioniranje Srbije kao centralne zemlje regiona jugoistočne Evrope sa izraženim potencijalom za razvoj.

Zahvaljujući doprinosu kompanije Carlsberg Srbija i dr Isaacu Shepsu, Generalnom direktoru Regiona Carlsberg Jugoistočna Evropa, koji je jedan od najistaknutijih stručnjaka upravo u oblasti kvaliteta, naša zemlja je ugostila preko dve stotine svetski priznatih eksperata iz oblasti standardizacije kvaliteta. Oni su imali priliku da upoznaju Srbiju i da potpomognu njene napore u cilju jačanja ekonomije u regionu, uključujući time Srbiju u evropske tokove unapređenja ekonomskog razvoja.

„Kompanija Carlsberg Srbija je u protekle četiri godine dobila više sertifikata kao potvrdu uspešnog uvođenja i primene standarda ISO grupe. Matična kompanija Carlsberg grupa je jedan od najvećih svetskih proizvođača piva koja je kroz svoju istoriju uvek nastojala da oko sebe okupi najbolje stručnjake. To je dalo povod predstavnicima ISO Komiteta da prihvate našu inicijativu da godišnji skup, ali i proslava dvadesetogodišnjice postojanja i primene ISO standarda 9001 bude upravo u Novom Sadu”, istakao je dr Isaac Sheps.



CALL TO ACTION 2015



Danska ambasada je pokrenula projekat „Call to Action 2015“ pod pokroviteljstvom danskog ministarstva za razvoj. U ovom trenutku rade u oko 40 zemalja sveta, a osnovni cilj projekta je pojačanje svesti o ženama i doprinosu koji žene mogu da daju društvu (politički, ekonomski, socijalni itd.). Kompanija Carlsberg Srbija se uključila u ceo projekat ne samo kao donator, već i kao neko ko može pomoći na daljoj edukaciji žena i njihovom pozicioniranju u društvu. Na ovaj način kompanija želi da se proaktivno uključi u društvene tokove u cilju jačanja svesti o doprinosu koji žene mogu da daju društvu. Ulaganje u društvo, briga o lokalnoj zajednici, pomaganje projekata u okviru školstva, zalaganje za zdravlje zaposlenih i ljudi u okruženju, zaštita životne sredine, sveukupno ulaganje u razvoj sporta, iniciranje i podržavanje kulturnih manifestacija, ideje su vodilje društveno odgovornog poslovanja kompanije Carlsberg Srbija. Zauzvrat, kompanija dobija kvalitetnije kadrove, zdravije okruženje i bolji imidž među potrošačima i poslovnim saradnicima koji u kompaniji prepoznaju nekoga ko zaista brine i o njima, a ne isključivo o profitu i bilansu.

HLADAN CARLSBERG I VRELA ATMOSFERA NA NAJBOLJOJ ŽURCI U GRADU

Kompanija Carlsberg Srbija je 12. juna 2008. godine u klubu „Collection“, uz dobru zabavu i ledeno hladan Carlsberg, obeležila početak EURO 2008. Nezaboravan provod, jedinstveno takmičenje u najbržem otvaranju inovativne Carlsberg flaše i brza letnja muzika probudili su sva čula prisutnih i pretvorila ovu zabavu u „verovatno najbolju žurku u gradu“. Party je protekao uz veliko interesovanje medija, odličnu atmosferu i stare poznavaoce dobrog provoda u našem gradu, te se nekoliko stotina ljudi zabavljalo uz ritmove letnjih hitova. Gordan Kičić, Uroš Đurić, Neven Bošković, Frano Lasić, Bebi Dol, Vesa Jevrosimović, Galeb Nikčević, Slavko Beleslin, bili su samo neke od poznatih ličnosti iz javnog života Beograda koji su se opustili u društvu Carlsberga. Provod nisu propustili ni Zeka Milioner, Arijana Katavić, Miloš Vlalukin, Nenad Jezdić, Vladan Dujović koji će ostati upamćeni po veštom otvaranju Carlsberg piva. Ipak, najspretniji je bio Žarko Lazić koji je kao nagradu dobio trodnevno putovanje u Beč i kartu za finalnu utakmicu prvenstva. Žarko Lazić je na najvažniji sportski događaj ove godine otputovao privatnim džetom zajedno sa Aleksandrom Mirićem, pobednikom Carlsbergovog kviza. Oba pobednika su u Beču boravila tri dana u jednom od najekskluzivnijih hotela.



NOVI ČLAN CARLSBERG SRBIJA PORTFOLIA

TUBORG LEMON



TUBORG LEMON je čisto sladno pivo napravljeno od najkvalitetnijih sirovina sa prirodnim osvežavajućim dodacima ukusa limuna.

Ovo pitko pilsner pivo sadrži 4,9% alkohola, ima čist i rezak ukus sa aromom limuna (Wild Lemon) koji u trenutku gasi svačiju žeđ. Kao osnova se koristi vrhunsko premium pivo Tuborg Green sa modifikacijom hmelja, pri čemu se koristi posebna vrsta koja je manje osetljiva na svetlo (zbog transparentne boce). To uključuje i posebnu pripremu kvasca za fermentaciju tako pripremljene sladovine. Nakon fermentacije se filtriranom pivu dodaju zaslađivači i prirodni ekstrakt arome limuna.

Pivo je po svim karakteristikama sadržaja alkohola i ekstrakta u kategoriji standardnog premium piva ali ima pitkost i osvežavajuću notu zahvaljujući posebno izbalansiranom dodatku prirodne arome limuna. TUBORG LEMON je idealno osveženje, uzbudljivo i potpuno drugačije, za sve one prilike kada obično pivo jednostavno nije dovoljno.

Pakovanje je u bezbojnim staklenim bocama od 0.33l.

U skladu sa poslovnim politikom Tuborga kao brenda, koja podrazumeva podržavanje modernih muzičkih pravaca, zajedno sa Tuborg Green-om i TUBORG LEMON je prisutan na Loud&Clear žurkama kao i na svim letnjim festivalima koje Tuborg podržava, Green fest-u, Green Beat-u i EXIT-u.

EXIT

ČETVORODNEVNA ŽURKA NA PETROVARADINSKOJ TVRĐAVI

Osmi po redu EXIT festival, održan je od 10. do 13. jula na Petrovaradinskoj tvrđavi.

Kako je Tuborg Green poznat kao sinonim dobre zabave, koji podržava moderne muzičke pravce i izvođače, i ove godine, četvrti put za redom bio je sponzor i oficijelno pivo na festivalu. Pored Tuborg Greena na festivalu se prvi put pojavio i Tuborg Lemon.

Zagrevanje za EXIT krenulo je početkom juna, organizovanjem PRE - EXIT žurki u najvećim gradovima Srbije (Beograd, Subotica, Niš, Novi Sad). Na samom EXIT-u, promocija Tuborga se odvijala na nekoliko nivoa. Tuborg je, pored toga što je zvanično pivo festivala, bio i sponzor „Happy Novi Sad“ bine. Takođe je postavljeno i nekoliko „chill“ zona na tvrđavi. I ove godine, organizovan je Tuborg kamp, koji je primio oko 15.000 posetilaca. Na EXIT-u '08 učestvovalo je nekoliko stotina izvođača, a svakog dana na Petrovaradinu se okupljalo od 35.000 do 40.000 ljudi. Veliki broj atraktivnih izvođača svirao je na ukupno 20 stage-a, tako da je svaki posetilac mogao da uživa u muzici koju voli. Pored dobrog muzičkog programa EXIT je posećen i zbog kvalitetne zabave, dobre atmosfere na tvrđavi i pozitivne energije grada.



Piti ili biti kampanja

Sad već možemo reći tradicionalno, naša kompanija u saradnji sa timom Exit festivala, a sve u skladu sa korporativnom politikom društvene odgovornosti koju zastupa, organizovala je kampanju „Piti ili biti“ tokom dva atraktivna letnja festivala: Tuborg Green Festa i EXIT-a. Za ljubitelje Tuborga organizovan je prevoz autobusima iz najvećih gradova Srbije i regiona (Bugarska, Makedonija, Crna Gora, Bosna i Hercegovina, Hrvatska i Slovenija) kako bi mogli da u potpunosti uživaju u najznačajnijem muzičkom događaju ovog leta i pivu vrhunskog kvaliteta. Cilj ove akcije bio je da se mladima omogući bezbedan prevoz i na taj način doprinese smanjenju rizika koji nastaje tokom vožnje pod dejstvom alkohola. Kampanja „Piti ili biti“ je ove godine sprovedena u dva navrata: U okviru kampanje za Tuborg Green Fest na sam dan održavanja festivala (02. jul 2008.), obezbeđen je autobuski prevoz iz najvećih gradova Srbije, do Beograda i nazad, za sve dobitnike koji su karte osvojili za vreme trajanja Tuborg Green promocije.

Tuborg Green je takođe u saradnji sa radiom B92 organizovao nagradni kviz putem kog su svi zainteresovani bili u prilici da osvoje karte za Tuborg Green Fest, kao i besplatne taxi vaučere Pink i Lux taksija, kojima su mogli bezbedno da se vrate kućama sa Tuborg Green Fest-a. Obzirom na veliko interesovanje za EXIT festival, kompanija Carlsberg Srbija, u saradnji sa EXIT-om, ove godine je obezbedila čak 68 Tuborg autobusa koji su svakog dana tokom trajanja festivala kretali iz najvećih gradova Srbije i bezbedno vraćali mlade do mesta polaska. Ovog leta čak 29 Tuborg autobusa je stizalo u Novi Sad iz Slovenije, Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Crne Gore, Makedonije i Bugarske.

Tuborg Green Fest

Sve nas, ljubitelje dobrog zvuka i zabave, koji smo prošle godine uživali na nastupu Pepersa u Indiji, Tuborg Green nije izneverio ni ovog leta! Naime, Tuborg Green i Carlsberg Srbija su se pobrinuli da festival "Green Fest", nakon uspešne prošlogodišnje premijere, postane tradicija u našoj zemlji, pa je i ove godine, doduše na drugoj lokaciji, u Beogradskoj areni, 02. jula, obezbedjena eksplozija dobrog zvuka i fantastična atmosfera uz poznata imena muzičke industrije i, naravno, uz Tuborg Green! Glavne zvezde ovog puta bili su članovi grupe „Franz Ferdinand“.

Više od 12.000 ljudi nakon završetka festivala, napustilo je oduševljeno „Beogradsku Arenu“. Drugi po redu „Green fest“, imao je za svakoga po nešto - zagrevanje uz domaći „E-Play“, nešto novo u liku danskog benda „The Raveonettes“, žestok sat dobrog hip hopa zahvaljujući „Cypress Hill“ i rokenrol zvezde večeri - momke iz Škotske „Franz Ferdinand“.

Nova, i svakako dobra vest za sve one, kojima u potrazi za dobrom zabavom nacionalne granice ne predstavljaju problem, je da je od ove godine „Green Fest“ dobio regionalni karakter, pa je 04. jula, održan i u Bugarskoj, gde su, prema svim reakcijama, izuzetan nastup imale grupe „Whitesnake“ i „Def Leppard“. Više od 25.000 ljubitelja tvrdog zvuka koji je dominirao osamdesetih godina prošlog veka okupilo se na stadionu „Akademik“ u glavnom gradu Bugarske da bi uživali u spektaklu koji su svetske zvezde priredile. Sve vreme kon-

certa, oduševljena publika pevala je zajedno sa izvođačima čuvene hitove „Fool for your lovin“, „Aint no love in the heart of the city“, „Here I go again“ i druge. Među posetiocima ove nezaboravne svirke bilo je i 40 dobitnika Tuborgove nagradne igre koji su put Sofije krenuli iz Beograda.

Tuborg Green svakog dana u praksi potvrđuje svoj slogan „The fun starts here“, a na ovogodišnjem „Green Fest“ festivalu, još jednom je dokazao da je jedan od aktivnih kreatora muzičkih dešavanja u Srbiji. Naravno, vrhunski muzički doživljaj uz vrhunsko pivo postaje nezaboravno iskustvo, a Tuborg Green se pobrinuo da na ovogodišnjem „Green Fest“ festivalu, muzika zvuči bolje, a zabava traje duže.



FRANZ FERDINAND

Cypress Hill + THE RAVEONETTES

TUBORG GREEN fest

OSVOJI KARTE ZA
GREEN FEST
02.07.08. U BEOGRADU

Tuborg Green beat



Nakon dobrog provoda uz „Franz Ferdinand“ i „Cypress Hill“ na Green Fest-u i još jednog EXIT-a za pamćenje vrhunac ovogodišnjih letnjih Tuborg dešavanja, treći za redom Green Beat, svakako nam je učinio ovo leto nezaboravnim. Tuborg Green Beat 2008, održan je 29. i 30. avgusta na košarkaškim terenima Partizana, na Kalemegdanu. Od ove godine, celokupno dešavanje podignuto je na znatno viši nivo kako u tehničkom smislu, tako i po muzičkim žanrovima koji su bili zastupljeni. Unapređena lista izvođača obradovala je publiku koja preferira hip-hop i r'n'b, latino i elektronsku muziku. Ova, sada već tradicionalna manifestacija, stekla je veliki broj poklonika, koji se iz godine u godinu povećava, potvrđujući na taj način svoj kvalitet i atraktivnost.

Prve večeri, 29. avgusta nastupio je već dobro poznati bend Asian Dub Foundation, kao i Cagebaby, ali i mnogobrojna dobro poznata imena elektronske muzičke scene kao što su Sasha, Steve Lawler, Dave Seaman, Sandy Rivera, Scarlett Ettiene i Neil Quigley.

Druge večeri, 30. avgusta, premijerno u Srbiji, nastupila je njujorška hip hop i r'n'b diva KELIS. Pored nje, publika je bila u prilici da čuje i live nastup sastava The Cuban Brothers, ali i da uživa u DJ setovima, Satoshi Tomiie-ja, Plump DJ's i Marcus James-a.

30. Avgust 2008
tereni KK "Partizan"
KALEMEGDANSKA TVRĐAVA



Tuborg putujuća diskoteka: Green spot

Ovog proleća i leta Srbija je bila u znaku Tuborg žurki! Putujuća diskoteka zvana "Green spot", obišla je preko dvadeset gradova i omogućila odlične žurke svim ljubiteljima dobrog klupskog zvuka. U svakom od gradova "Green Spot" je bilo moguće prepoznati po velikom šatoru-areni, zapravo pokretnoj diskoteci za dve hiljade ljudi, sa kompletnom rasvetom, audio tehnikom, šankovima, DJ binom i drugim pratećim elementima.

Ovakvim inovativnim konceptom, koji se po prvi put organizuje u Srbiji, Tuborg tim želi da svim mladim ljudima u Srbiji pruži dobar provod i jedinstvenu zabavu! Na žurkama je nastupao veliki broj domaćih DJ-eva: Aćim, Marko Vuković, Goran Starčević, Mirko i Meex, Oysha i mnogi drugi.

Prva "Green Spot" žurka bila je u Nišu, potom su usledili Kruševac, Novi Sad, Subotica, Kikinda, Pančevo i Kragujevac... Ulaznice za sve žurke u "Tuborg Green Spotu" bile su besplatne, ali i neophodne i mogle su se nabaviti putem svih vrsta medija, kao i preko Tuborg timova koji su ih delili po klubovima i kafićima u svakom od gradova.

Beer Fest 2008

Šesti po redu Beer Fest, održan je od 20. do 24. avgusta na Ušću.

Rekordna poseta prošle godine, nametnula je i novi imperativ proširivanja samog festivalskog prostora, što je osnovni razlog zašto se festival sa Kalemegdana preselio na novu lokaciju.

Ulaz na Beer Fest je i ove, kao i prethodnih godina, bio besplatan, a odlična organizacija omogućila je da manifestacija protekne u znaku dobrih brendova i sjajne muzike i zabave.

Ogromnu smotru na Ušću za pet dana posetilo je oko 600.000 ljudi, koji su imali mogućnost da degustiraju više desetina marki piva. Kao i prethodnih, i ove godine, kompanija Carlsberg Srbija postavila je na Beer Fest-u nekoliko štandova na kojima je prodavala svoja popularna piva. Posetioci su mogli da uživaju u rashlađenom pivu vrhunskog kvaliteta na štandovima Lava, Tuborga, Holstena, Budwieser Budvar-a i Guinness-a.

Kako su ljubitelji Beer Festa već navikli, štand Lava je, i ove godine, imao najatraktivniji program, pa je tako organizovano tradicionalno takmičenje u ispijanju piva "Lavovski cug", na kojem je učestvovalo 70 takmičara u više disciplina, a pobednici su obradovani vrednim nagradama. Kategorije takmičara bile su: muškarci- pojedinačno, žene-pojedinačno, grupno takmičenje (tri člana, bar jedna devojka) i takmičari-predstavnici pivara. Nakon polufinala u kojem su se učesnici nadmetali u brzom ispijanju piva, u finalu zadatak je bio da u rukama drže bokale piva težine 1,5 kg, a pobednik je bio takmičar koji je najduže izdržao.

Pored učesnika, takmičenje je izazvalo i veliko interesovanje posmatrača, koji su sve vreme navijali za favorite, pri tom se dobro zabavljajući.

Štand Tuborga je sa ovogodišnjeg Beer Fest-a poneo i jednu nagradu, za najljubaznije osoblje, i to na osnovu glasova publike.



Evropsko prvenstvo u fudbalu Švajcarska–Austrija 2008.

VRHUNSKI FUDBAL UZ VRHUNSKO PIVO

Među mnogobrojnim posetiocima nedavno održanog Evropskog prvenstva u fudbalu našli su se, naravno, i mnogobrojni gosti iz Srbije. U izuzetnoj sportskoj atmosferi u Švajcarskoj i Austriji, uživali su zaposleni Carlsberg Srbija, ali i njihovi gosti – najbolji kupci u prvih pet meseci ove godine.



Kada već nemaju priliku da se sretnu u Srbiji – stari saradnici Slavko Prijanović (Diskontna prodaja, Prijanović), Snežana Marinčić (Servis kupaca Carlsberg Srbija) i Vladimir Petrović (Frutti, Šabac)



Trenutak kada su fudbaleri Španije proslavljali titulu evropskog prvaka



Gosti i zaposleni u Carlsberg Srbija bili su gosti na svečanoj večeri



Dobro se jelo i pilo i u samom UEFA selu, koje je bilo smešteno tik uz fudbalski stadion u kome je Carlsberg imao svoje "mesto pod nebom"





SPONZORSTVO NACIONALNOG FUDBALSKOG TIMA

ZVANIČNO PIVO
REPREZENTACIJE SRBIJE

Kompanija Carlsberg Srbija d.o.o. i Fudbalski savez Srbije potpisali su krajem 2007. godine u Čelarevu, četvorogodišnji ugovor o sponzorstvu. Tako je uspešna saradnja koja traje dugi niz godina nastavljena na obostrano zadovoljstvo, a kompanija Carlsberg Srbija još je jednom demonstrirala svoju posvećenost razvoju ovog sporta u Srbiji i pružila podršku fudbalu kad je to najpotrebnije.



LAV kup Srbije

LAV je tradicionalni prijatelj sporta. Kao i matična kompanija Carlsberg Group i LAV je jedan od najznačajnijih prijatelja fudbala – takozvani „12. igrač“ na terenu.

28. avgusta 2006. godine potpisan je ugovor sa Fudbalskim savezom Srbije o sponzorisaniu nacionalnog Kupa. Tako je ljubiteljima fudbala naziv Lav Kup postao sinonim za borbenost, kvalitetnu igru i timski duh, a iz želje da se novim izgledom trofeja povрати stari sjaj Kupa, koji je u dugoj tradiciji srpskog fudbala imao značajno mesto, putem konkursa je izabrano idejno rešenje za novi Lav trofej.

Lav ne zaboravlja nijednog ljubitelja fudbala, tako je do sada u okviru akcije „Podrška malim fudbalskim klubovima“ podeljeno preko 1500 kompleta sportskih dresova, 500 lopti, a učestvovalo je više od 500 fudbalskih klubova širom Srbije.

LAV nagradne igre

I ove godine, Lav je obradovao svoje potrošače nagradnom igrom, pod nazivom „Odigraj lavovski“, u kojoj su ljubitelji Lav piva bili u prilici da osvoje brojne vredne nagrade. Tokom 4 meseca trajanja nagradne igre, podeljeni su stan u Nišu, 15 automobila marke pežo 107, kao i brojna putovanja na EURO 2008. godine.

Od 15. maja do 15. septembra 2008. godine organizovana je i nova nagradna igra, „Lovac na novac“, u okviru koje su srećni potrošači mogli da izvuku vaučer od 200 dinara u limenci LAV 0,5l. U igru je pušteno 25000 dobitnih limenki.



LAV sajam fudbala

Drugi po redu, Lav sajam fudbala, održan je od 5-7. septembra 2008. godine na Beogradskom sajmu. Glavni organizatori celokupnog dešavanja bili su Fudbalski Savez Srbije i Lav pivo, dok su se među ostalim učesnicima našli i proizvođači sportske opreme, fudbalski klubovi, kladionice i mnogi drugi. Među aktivnostima koje su organizovane na sajmu najzapaženija su bila takmičenje u Lav areni, gde su pobednicima uručene vredne nagrade, potom takmičenja u pimpovanju, malom fudbalu, stonom fudbalu i jačini štata. Ovom prilikom održan je i žreb 1/16 finala treće sezone Lav Kupa Srbije, u čijem je izvlačenju, pored reprezentativaca i istaknutih ljudi iz sveta fudbala, učestvovao i Aleksandar Radosavljević, Generalni direktor Carlsberg Srbije.



Istorija piva

Proces dobijanja piva od ječma bio je poznat još u Sumeru i Vavilonu. U egipatskim grobnicama pronađeni su recepti za pravljenje piva koji datiraju iz 2400 godine p.n.e. Osnovne procedure za pravljenje piva u Evropu su stigle sa Bliskog Istoka. Rimski historičari Plinije (u I veku p.n.e.) i Tacit (u I veku n.e.) pisali su kako su saksonska, keltska i germanska plemena pila pivo (većina engleskih pojmova vezanih za pivo su anglo-saksonskog porekla).

Tokom Srednjeg veka katolički monaški redovi očuvali su veštinu pravljenja piva. Poznato je da su pojedini monaški redovi tokom iscrpljujućih postova pili pivo ("tečni hleb").

Hmelj počinje da se koristi u Nemačkoj u XI veku, dok na Britansko ostrvo stiže u XV veku iz Holandije.

U Nemačkoj je 1420. godine otkrivena proizvodnja piva procesom "donjeg vrenja". Pivo dobijeno ovim procesom prozvano je "lager" (od nem. lagern-čuvati), pošto je proizvodnja trajala duže od dotadašnje proizvodnje "gornjim vrenjem", kojim se dobija tzv. "ale" (ejl).

Industrijska revolucija unela je novine i u proizvodnju piva. Omogućena je proizvodnja lager piva i u leto otkrićem rashladnih uređaja (u drugoj polovini XIX veka). Francuski hemičar Louis Pasteur i kasnije danski botaničar Emile Hansen otkrili su proizvodnju čistih kultura kvasca, neophodnih za dobijanje većine piva.

U XX veku proizvodnja piva postaje industrija ogromnih razmera. Pivo počinje da se pije na svim kontinentima.

Zanimljivosti

U Vavilonu je postojao običaj da mesec dana posle venčanja nevestin otac svog zeta snabdeva sa onoliko medovine koliko on može da popije. Medovina, inače, predstavlja pivo od meda. Pošto su Vavilonci koristili lunarni kalendar, ovaj mesec se nazivao "mesec meda". Odatle i potiče današnji "medeni mesec".

Osim medovine, postoje još neka pića slična pivu: postoji na stotine različitih afričkih pića koja se prave od biljaka bogatih škrobom (npr. burukutu), u Japanu se pravi sake, u Kini samsu, a u Koreji suk (sve od pirinča), u Meksiku se pravi pulque (od kaktusa), a u Rusiji kvas (od razanog hleba).

U Engleskoj se u XVII veku koristila veoma specifična čaša za pivo, tzv. yard-of-ale glass. Ta čaša je dugačka oko jednog jarda (90 cm) i imala je zapreminu od jedne pinte (0.5 l). Imala je otvor nalik na trubu, a na drugom kraju je obično bilo "stopalo". Naravno, bila je veoma nepraktična za svakodnevnu upotrebu, pa je korišćena za posebne zdravice.

Vikinzi su pre bitaka pili piće koje su zvali aul ("ale"), pa su u bitke ulazili bez straha, uglavnom bez oklopa, a često i nagi do pojasa.

Tokom Drugog svetskog rata američke pivare koje su htele da vojnicima šalju pivo, morale su da ga pakuju u specijalne kamuflažne limenke.

DA LI STE ZNALI DA...

... je meso mekše i ukusnije dok se peče ako ga nalivate pivom ili ako ga sat vremena pre toga držite u pivu.

... mnogi kuvari koriste pivo umesto vode ili mleka kada pripremaju različite vrste kolača.

... kožnu obuću treba povremeno prebrisati krpom umočenom u pivo jer tako koža čuva svoj prirodni sjaj i mekoću.

... slikari koriste pivo za razređivanje boja za akvarel, jer ono ne menja karakter boje.

... je pivo odličan učvršćivač za kosu i da je dovoljno samo umočiti česalj u pivo da se namesti frizura.

... cveće brže raste ako ga s vremena na vreme zalijete pivom umesto vodom.

... je dobro da se lišće fikusa i drugog lisnatog sobnog bilja jednom nedeljno prebriše parčetom platna koje je umočeno u pivo

... **PROSEČAN STANOVNIK SRBIJE GODIŠNJE POPIJE
IZMEĐU
50 I 65 L PIVA!**

TUBORG

THE FUN STARTS HERE



Povuci
i pokreni
zabavu