

Rok 2010 przyniósł ogromne wyróżnienie i powód do świętowania dla marki Harnaś, która dzięki 34% przyrostowi sprzedaży w stosunku do roku 2009, zdobyła tytuł najszybciej rosnącej marki wśród największych piw w Polsce.

Tak dobry wynik jest tym większym sukcesem z uwagi na to, że spożycie piwa w naszym kraju w zeszłym roku spadło względem 2009 r. Aż 34% wzrost udziałów wolumenowych pozwolił Harnasiowi umocnić się na siódmej pozycji wśród najchętniej wybieranych przez konsumentów piw.

Dzięki kampanii reklamowej, ocenionej jako jedna z najlepszych kampanii w branży piwnej w zeszłym roku, udało się zbudować silną więź z konsumentem i przekonanie, że Harnaś jest najlepszą nagrodą po dniu ciężkiej pracy. Sukces ten został osiągnięty również poprzez konsekwentnie realizowaną strategię, która wzmocniła wizerunek Harnasia jako marki godnej zaufania, wysokiej jakości oraz przystępnej cenowo.

Poprzedni rok zakończyliśmy bardzo dobrym wynikiem sprzedażowym, który jest zasługą ciężkiej pracy, jaką włożyliśmy w rozwój marki. Pomimo, iż rynek piwa jest coraz bardziej konkurencyjny, w pierwszych miesiącach tego roku Harnaś kontynuuje swój sukces odnotowując intensywny wzrost sprzedaży względem rewelacyjnego pod tym kątem, roku poprzedniego – mówi Jacek Stefaniak, Senior Brand Manager piwa Harnaś.

Wartości rynku piwa w Polsce szacowana jest na około 20 mld zł. Do Harnasia na koniec 2010 r. należało 4,5% udziałów.

Carlsberg Polska