

**„Nikdy jsem nemusel uhnout  
z cesty za svým snem.“**



# Úvodní prezentace pivovaru

- krátké video o pivovaru

## 21 let budování značky

1. Můj sen
2. Vlastní cestou k poctivému českému pivu

# Můj sen:

**Vybudovat obdivovanou a  
uznávanou značku skvělého piva.**



- **Intuice a selský rozum**
- **Držet směr, neuhýbat**
- **PROAKTIVNÍ JEDNÁNÍ TVOŘÍ  
VLASTNÍ CESTU**
  - **VLASTNÍ CESTA TVOŘÍ ZNAČKU**

# ■ **Esence značky a její hodnoty**

- **Rodinný**
- **Nepasterizovaný**
- **Harmonický**
- **Kultovní**

# Zevnitř ven:



**NAŠE POSLÁNÍ**  
VLASTNÍ CESTOU K POCTIVÉMU  
ČESKÉMU PIVU.

**NAŠE HODNOTY**  
OTEVŘENOST  
DŮVĚRA  
SPOLUPRÁCE  
ODPOVĚDNOST  
POZITIVITA

ORIENTACE NA ZÁKAZNÍKA  
ORIENTACE NA ZAMĚSTNANCE  
RŮST HODNOTY FIRMY

  
Stanislav Bernard



  
Josef Vávra

# Zevnitř ven:

**NAŠE POSLÁNÍ**  
VLASTNÍ CESTOU K POCTIVÉMU  
ČESKÉMU PIVU.

**NAŠE HODNOTY**  
OTEVŘENOST  
DŮVĚRA  
SPOLUPRÁCE  
ODPOVĚDNOST  
POZITIVITA

ORIENTACE NA ZÁKAZNÍKA  
ORIENTACE NA ZAMĚSTNANCE  
RŮST HODNOTY FIRMY

# Esence značky a její hodnoty:

## Rodinný:

- Poctivý
- Tradiční
- Český





# Esence značky a její hodnoty:

## Nepasterizovaný:

- Přírodní
- Zdravý
- Kvasnicový



# Esence značky a její hodnoty:

## Harmonický:

- **Hořkost**
- **Plnost**



# Esence značky a její hodnoty:

## Kultovní:

- Příběh – story
- Vlastní názor
- Retro
- Odlišný / odlišující
- Stylový
- Drahý / vzácný
- Životní styl „svoboda“
- Vyhledávaný
- ❖ Značka = emoce = osobnost

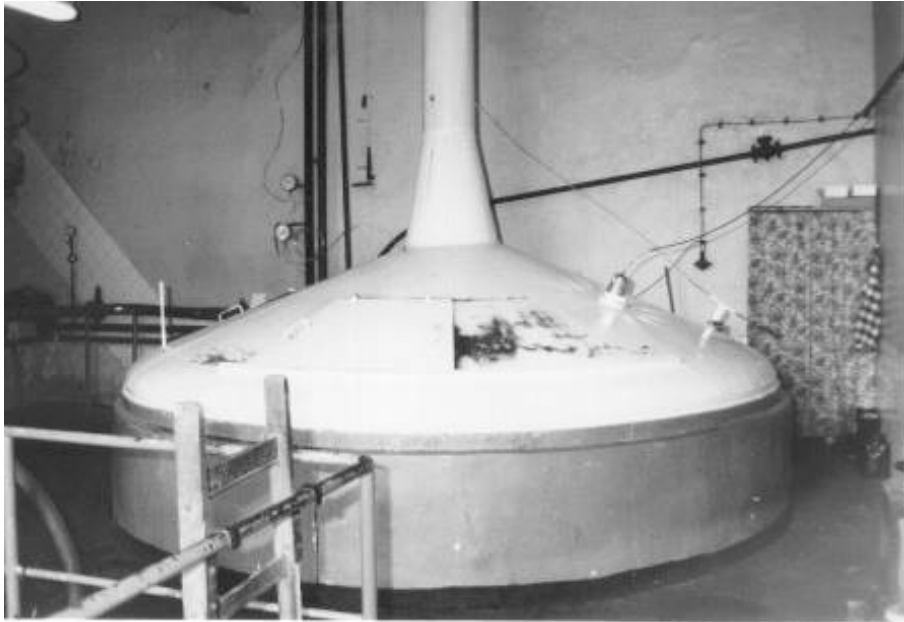


**účetní hodnota 9,5 mil. Kč**



**kupní cena 52 mil. Kč**

# Kultovní: Příběh - story





- **Založení ČSMNP v Humpolci 1993**
- **Prosazení diferenciované spotřební daně pro malé nezávislé pivovary 1995**
- **Synergie při úspěšném prosazování diferenciované spotřební daně provázené dlouhodobou medializací značky BERNARD**





THE WALL STREET JOURNAL  
Digital Network

WSJ.com MarketWatch BARRON'S FINANCIAL NEWS More▼

Friday, October 1, 2010 As of 2:45 PM 200

THE WALL STREET JOURNAL | BLOGS

Europe Edition ▾ Today's Paper ▾ Video ▾ Blogs ▾ Journal Community

Home | World | Europe | U.K. | Business | Markets | Market Data | Tech | Life & Culture

WSJ BLOGS

## New Europe

Dispatches from Dow Jones writers across Eastern and Central Europe

MAY 17, 2010, 8:41 AM ET

### Will Free Beer Save Democracy in the Czech Republic?

Article | Comments

Email | Print | Permalink | Like 180 | More | Text +

By Sean Carney

Turnout at the Czech Republic's general elections slated for May 28-29 may get a boost from a truly Czech product, beer. At least that's what one specialty brewer has in mind.

Telegraph.co.uk

Home | News | Sport | Finance | Lifestyle | Comment | Travel | Culture | Technology

UK | World | Politics | Celebrities | Obituaries | Weird | Earth | Science | Health News | Education

USA | Barack Obama | Asia | China | Central Asia | Europe | Australasia | Middle East | Africa

HOME > NEWS > WORLD NEWS > EUROPE > CZECH REPUBLIC

## Czech brewer promises teens free beer for voting in general election

A Czech brewer has promised school pupils free beer if they vote in the country's forthcoming general elections, prompting fears that the stunt will encourage underage drinking.

By Matthew Day in Warsaw  
Published: 12:35PM BST 20 May 2010

10 retweet

Email | Print | Text Size + -

Czech Republic | News | World News | Europe | How about that

Worried by political apathy in the young, Stanislav Bernard, who once stood as a Right-wing candidate for the Czech parliament's upper house, said that he would give a keg of beer to the first 250 school classes able to prove that at least 85 per cent of those eligible to vote had cast their ballots in next week's election.

To claim their prize, the classes would have to send a list, confirmed by their teacher, of those who voted.

While explaining that he wanted to get teenagers disenchanted with Czech politics into the polling stations, Mr Bernard rejected allegations that he was encouraging underage drinking and alcohol abuse.

"I think it's a stupid accusation," the brewer told

Related Articles

- India bans school stunts after motorcyclist rides over pupils

RODINNÝ PIVOVAR BERNARD SI VÁS DOVOLUJE POZVAT NA TISKOVOU KONFERENCI



David vyzývá Goliáše

KTERÁ PROBEHNE V ÚTERÝ 13. 7. 2010 OD 11<sup>00</sup> V PIVOVARSKÉM KLUBU KŘÍŽKOVÁ 17, PRAHA 8 - KARLÍN.

TISKOVOU KONFERENCI MODERUJE MILOŠ KNOR

## RODINNÝ PIVOVAR

### BERNARD JDE DO SOUBOJE S NADNÁRODNÍM PIVOVARSKÝM KONCERNEM.

Svou účast laskavě potvrďte na uvedené kontakty:  
Jana Krátěnová, mobil: 602 426 613, E-mail: [jana.kratenova@botticelli.cz](mailto:jana.kratenova@botticelli.cz) • Agentura Botticelli, Ke Krčské stráni 1, 140 00 Praha 4



## Anketa **iDNES.cz** / Ekonomika

Kdo má lepší nealkoholické pivo, Prazdroj, nebo Bernard?

Lepší je Prazdroj

3513

Lepší je Bernard

8831





## **Příklady billboardových kampaní Svět se zbláznil...**



2005/08 - CzechTek a tvrdý zásah ozbrojenců

**SVĚT se  
Zbláznil.**

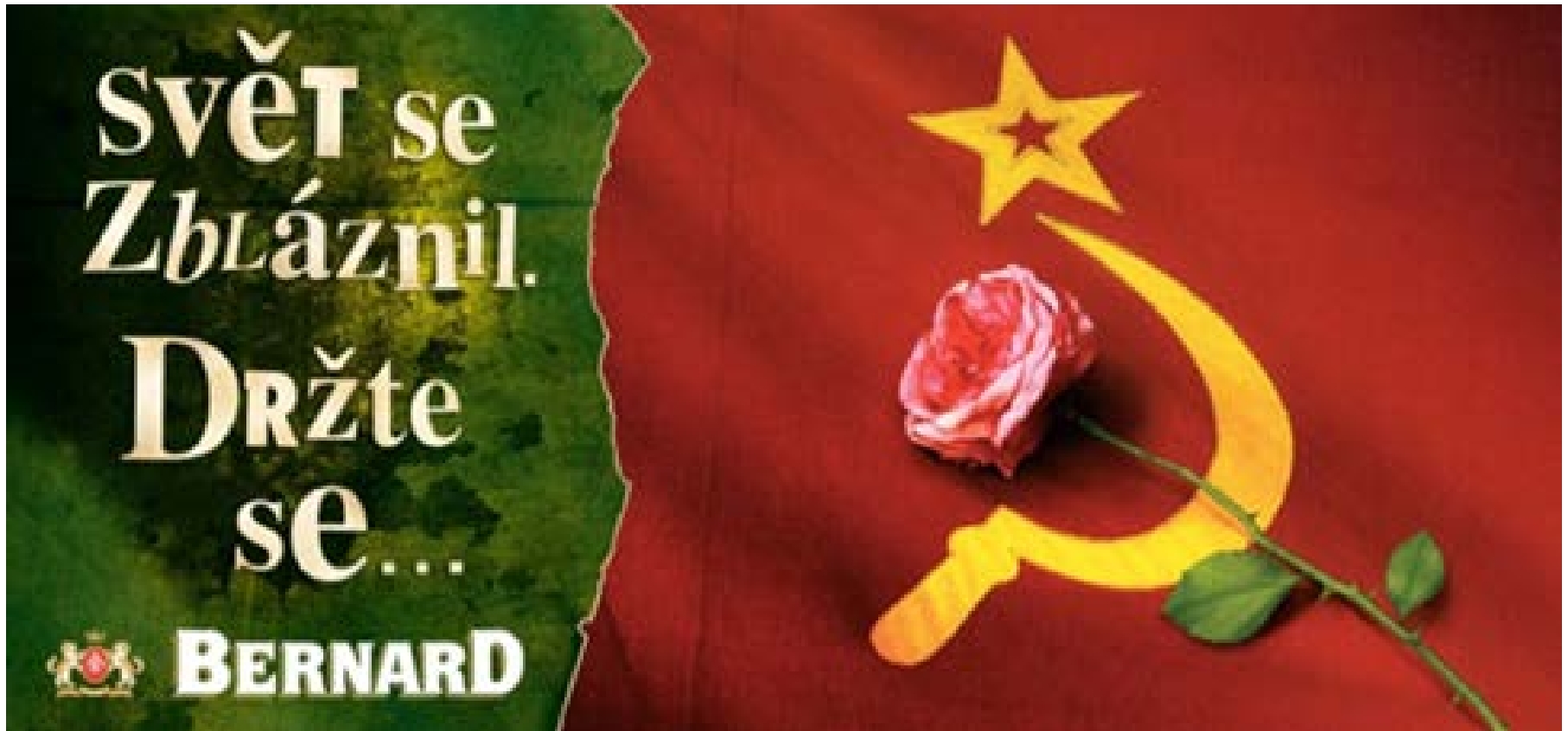
**DRŽTE  
se...**

**BERNARD**  
Vlastní cestou

A composite image for a Bernard beer advertisement. On the left, a bottle of Bernard beer is shown with a label that reads 'BERNARD Trávní lázeň s pálenkou jarmy (Evropa)'. The bottle is set against a green, textured background. To the right of the bottle, a photograph shows two riot police officers in helmets and shields, one holding a baton over a man's head. The man has a visible wound on his forehead. The overall composition suggests a connection between the beer and the 'world going crazy' theme mentioned in the text.





















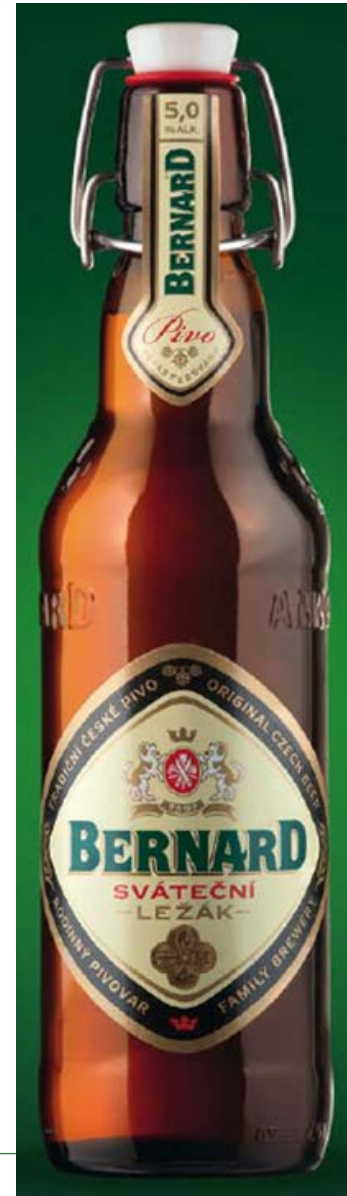








# Kultovní: RETRO



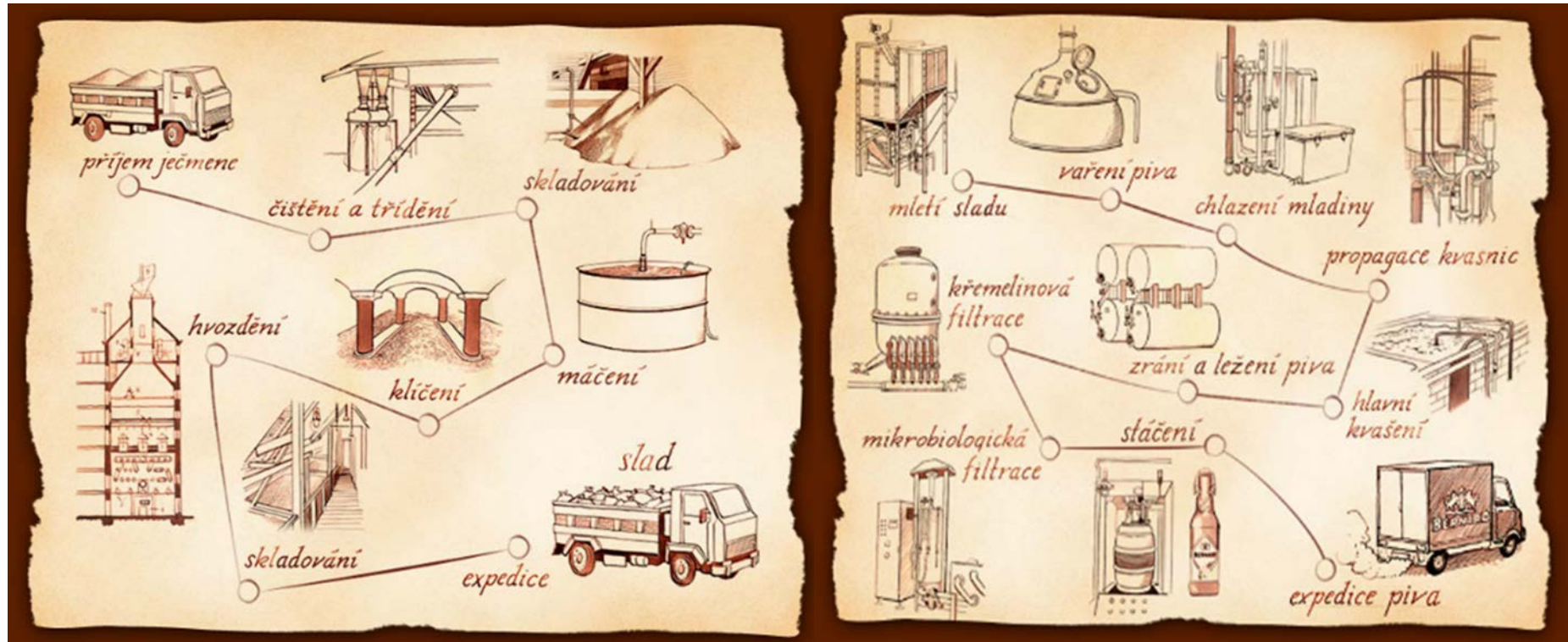
# Kultovní: RETRO







# Kultovní: Odlišný - odlišující



- Zachování tradičních výrobních postupů (paradox)



# Kultovní: Stylový



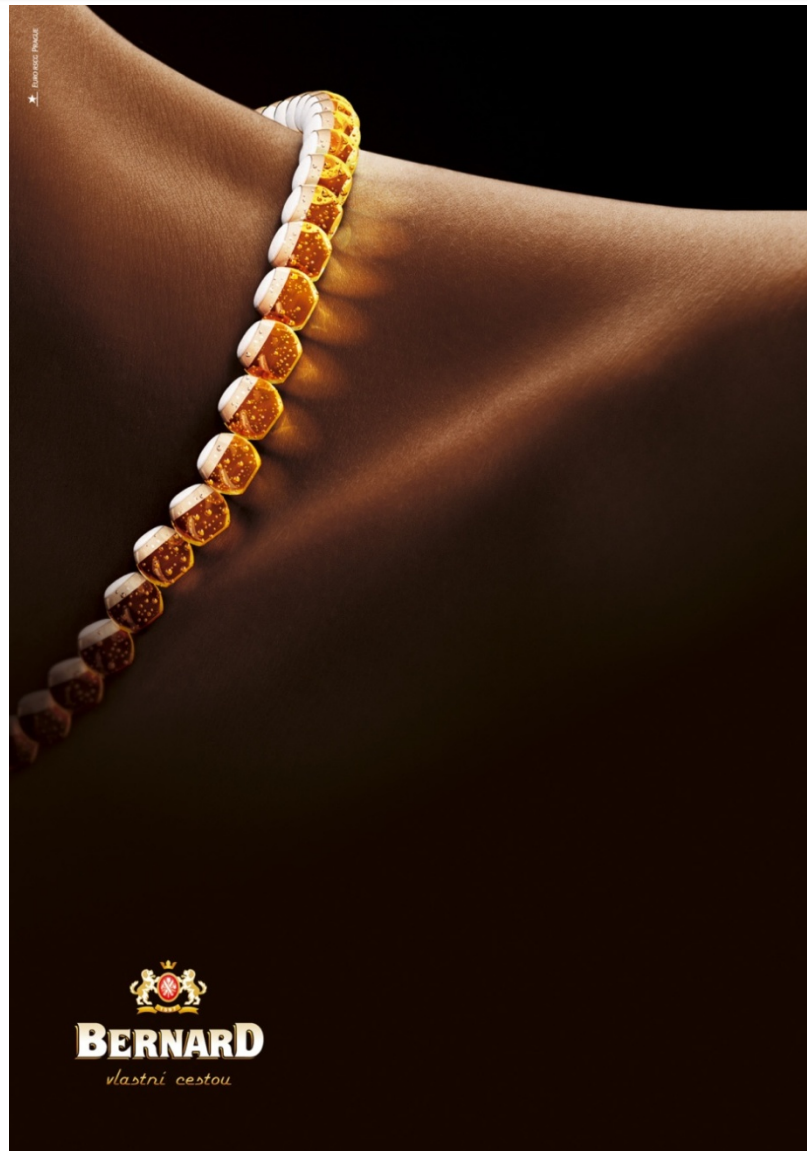
# Kultovní: Stylový



# Kultovní: Drahý - vzácný



# Kultovní: Drahý - vzácný



# Kultovní: Drahý - vzácný

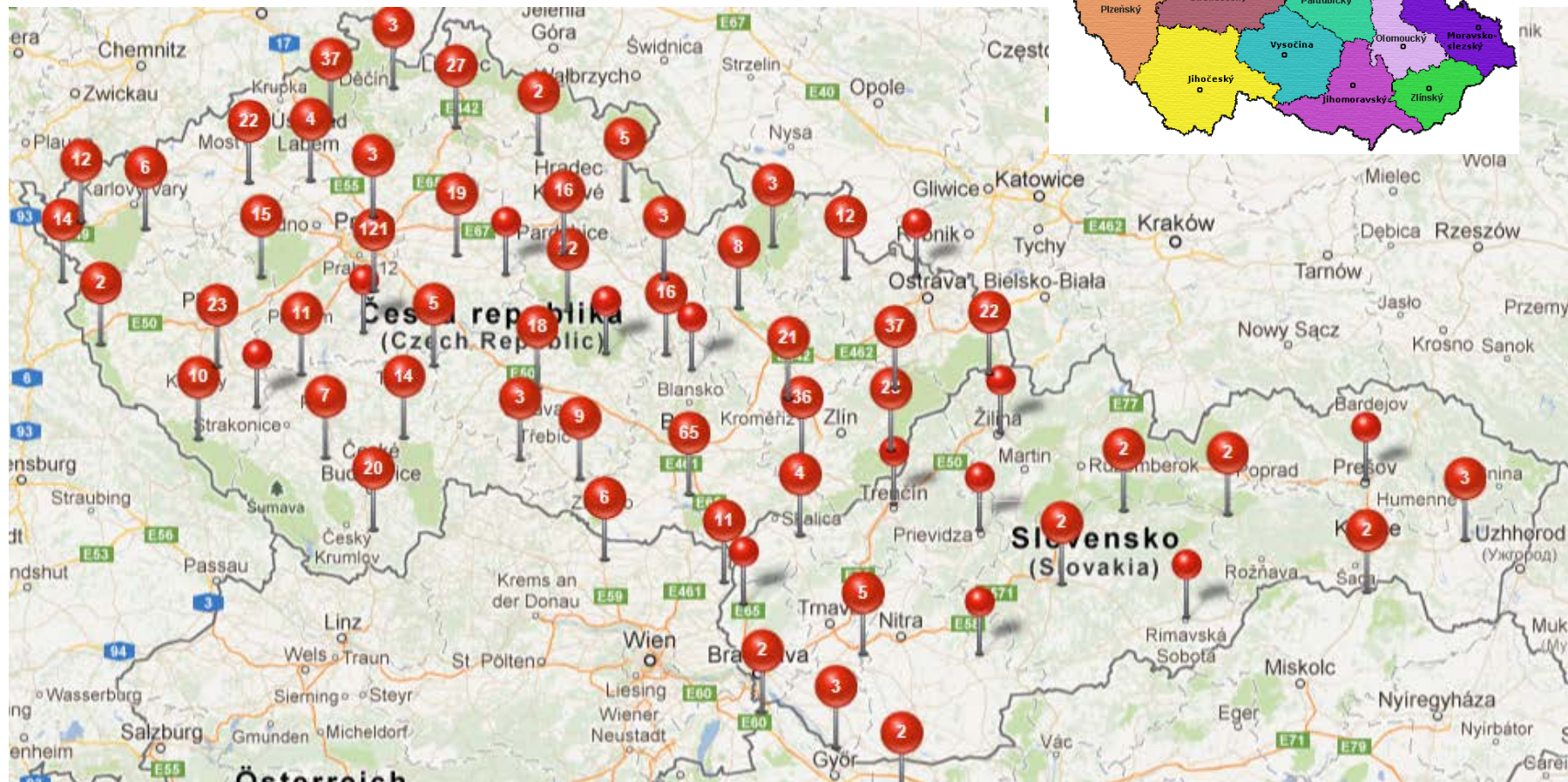


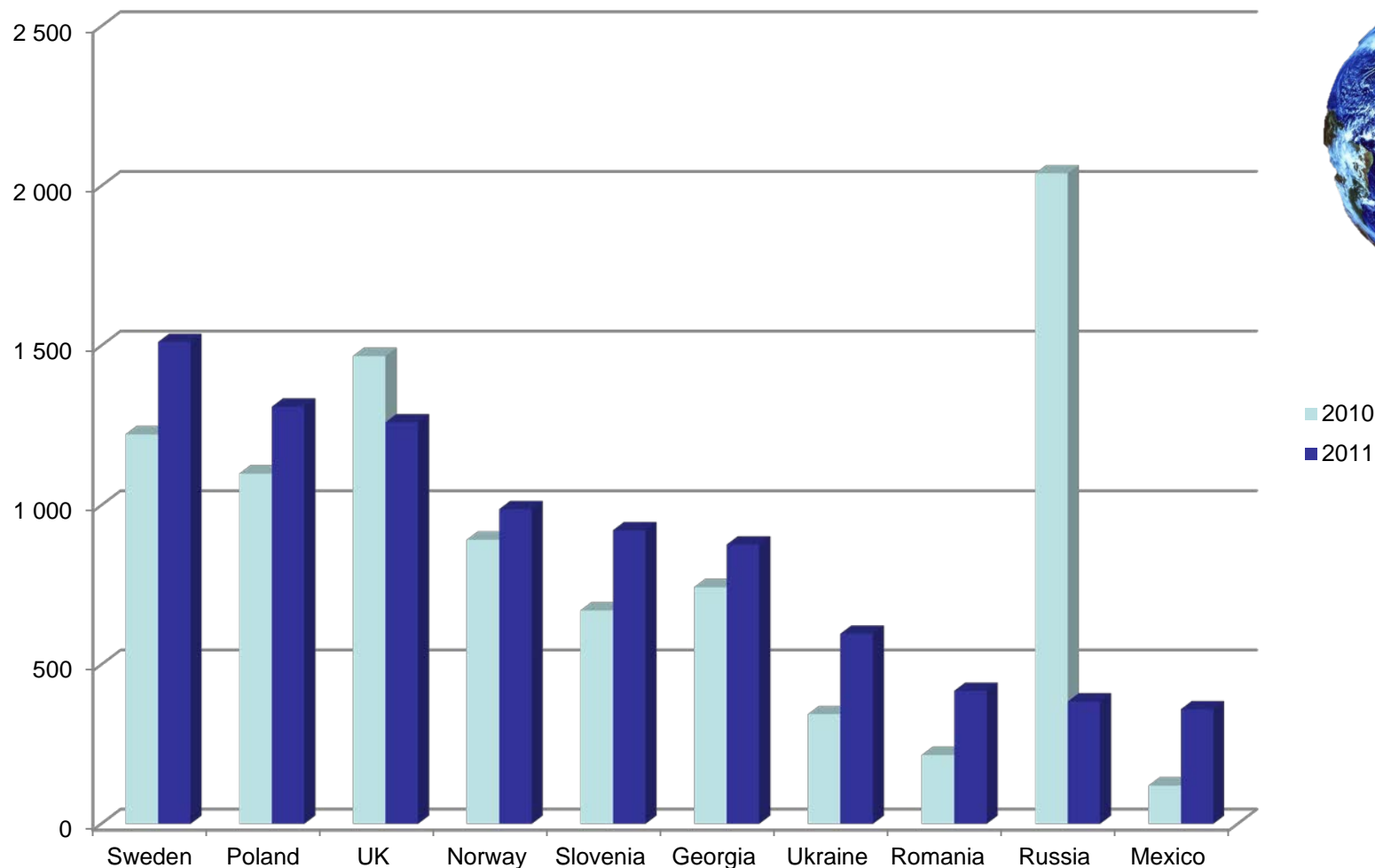


# Kultovní: Životní styl „SVOBODA“











# Značka = emoce = osobnost



## „Pivo jako šperk.“

