



KARLOVARSKÉ MINERÁLNÍ VODY, a.s.

Robert Frantel
UČO 251680

Historie společnosti



- 1873 → Heinrich Mattoni
- budování moderní stáčírny a expedici minerálních vod v Kyselce
- 1868 → plnění do skleněných láhví
- Export již od začátku 18. století, hlavně však po roce 1867 (331 449 lahví /rok)

Historie společnosti

- Mattoniho kyselka jednou z nejznámějších minerálních vod světa
- do roku 1945 rozesílatelství kysibelské vody v majetku **Heinrich Mattoni AG a.s.**
- Po druhé světové válce byl podnik zestátněn
- po roce 1989 přeměna na **KMV a.s.**, s renomovaným závodem v Kyselce
- **Mattoniho kyselka** doplnila Karlovarské minerální vody o pramenitou vodu **Aquila** (Kyselka) a **Magnesii** – přírodní minerální vodu bohatou na hořčík (Mnichov u KV)

Profil společnosti

- největší výrobce minerálních a pramenitých vod v České republice
- Výroba a distribuce přírodních a ochucených vod Mattoni, Magnesia, Aquila, ledových čajů,...
- Úspěšné působení v 20 zemích světa (EU Německo, Maďarsko, Polsko, Benelux)
- cca 350 zaměstnanců
- ZK = 262 842 000,- Kč
- Dott. Antonio Pasquale

v tis. Kč

	2009	2008
Aktiva celkem	4 834 979	3 955 620
Vlastní kapitál	3 484 481	3 305 914
Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	3 138 331	3 519 318
Výsledek hospodaření	288 762	473 957

Sponzoring

- Kanoé Mattoni,
- Prague International Marathon
- Český svaz aerobiku
- Mattoni NBL
- Magnesia Litera
- Český lev (odmítnutí TV NOVA vysílat reklamu)
- Czech Grand Design,
- Mattoni Grand Drink + Prague food festival
- Miss ČR
- zakládající člen organizace EKOKOM (třídění odpadu)

Ocenění

- Oficiální voda předsednictví ČR v Radě EU
- ISO - CERTIFIKÁTEM KVALITY č. 01 100 025001 potvrzujícím dle postupu TÜV CERT
- KLASA
- KOSHER
- NSF INTERNATIONAL CERTIFICATE („certified bottled waters“ v USA)

Produkty - MATTONI



Formáty plnění

- PET 0,5l:
- PET 0,75l:
- PET 1,5l:
- Sklo 0,33 GRAND
- Sklo 0,7

- Příchutě: citron, pomeranč, grapefruit, broskev, jablko, granátové jablko, bílé hrozny, černý rybíz, malina

- Perlivost: neperlivá, jemně perlivá, perlivá

- Oficiální voda Mezinárodní barmanské asociace.

Produkty - AQUILA



Formáty plnění

- vhodná pro přípravu kojenecké stravy
- PET 0,5l, 1,5l
- PET 0,75l
- Sklo 0,33l
- Sklo 0,75 l
- Perlivost: perlivá, neperlivá, jemně perlivá
- Příchutě: Jahoda, jablko, meruňka, ananas

Produkty – MAGNESIA



Formáty plnění

- bohatá na přírodní hořčík, s nízkým obsahem sodíku
- Perlivost: perlivá, jemně perlivá, neperlivá
- Formáty: PET 1,5l
- Příchutě: citron a eukalyptus, pomeranč a šípek, mango a zázvor

Ostatní produkty KMV, a.s.



- KMV v kompetenci importéra značek Granini a Yo syrup pro ČR (2010)
- Rakouské vody Waldquelle součást KMV od 11/08

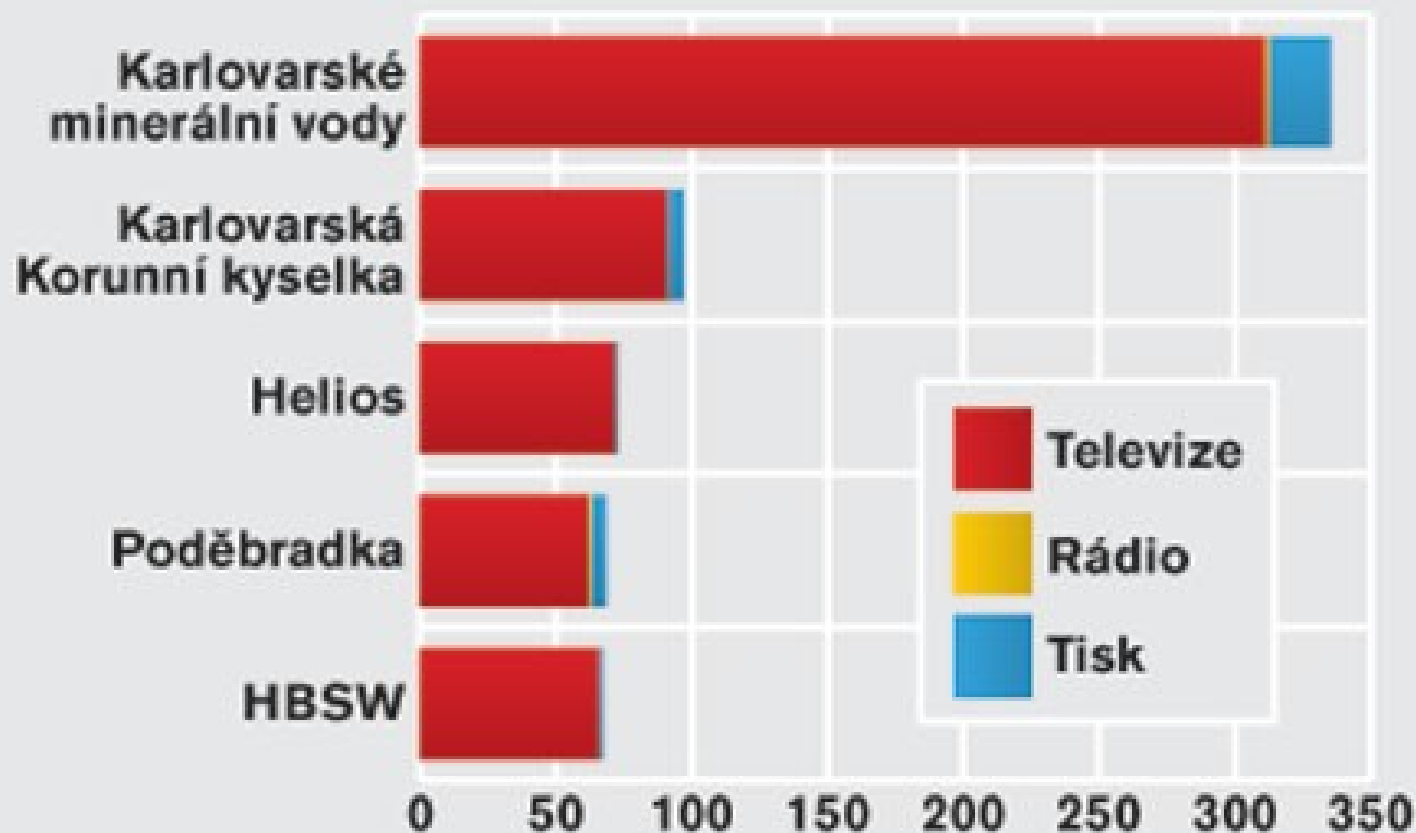
Reklamní strategie

- Prestižní cena za spot s modelkou Hanou Soukupovou
- První česká 0,75 l voda → iniciativa ze zahraničí
- Mattoni zná 95 % lidí ... STEM/MARK: Z minerálek je podle téměř 60 % lidí nejlepší Mattoni
- "Kde to žije, tam je Mattoni"

- <http://magazin.mattoni.cz/reklama/>
- <http://www.youtube.com/watch?v=OCsmn69hLfw&feature=related>
- <http://www.youtube.com/watch?v=XQcVIIWpwGs>

Mediamix pěti největších inzerentů v roce 2005

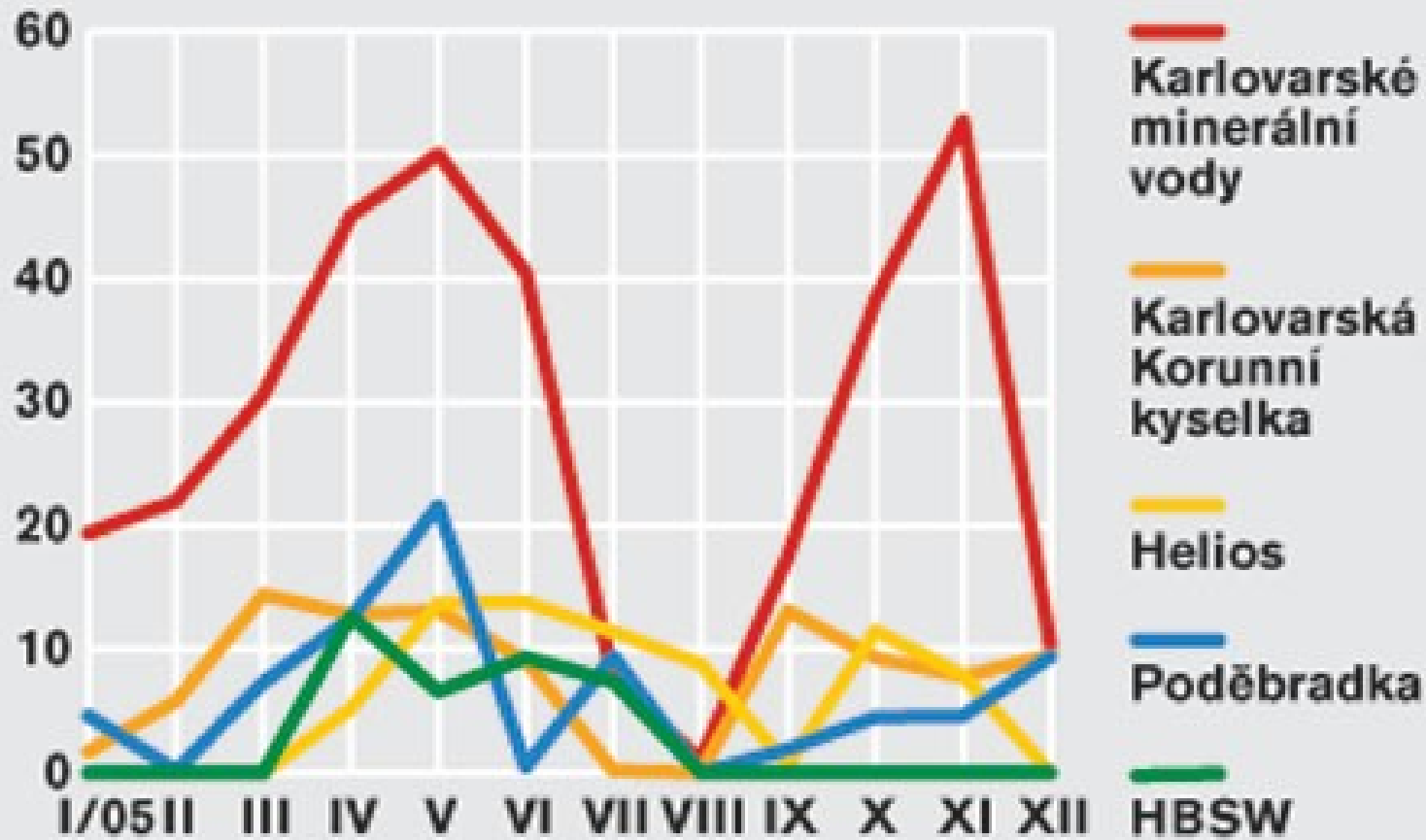
(v mil. Kč)



Zdroj: TNS A-Connect, 2005

Průběh výdajů na reklamu

(I–XII/05, v mil. Kč)



Zdroj: TNS A-Connect, 2005

Spojení se sportem

- **Ondrášovka** (spot s tenistou Štěpánkem)
- **Perrier** = oficiální sponzor Roland Garros
- **Vittel Energy Plus** se speciálním uzávěrem i další produkty jsou součástí nabídek sítí velkých fitness center
- **Mattoni** = IHWC, Pražský maraton,...
- **Bonaqua** = koncerty, open-air festivaly

Trh s vodou v ČR

- Pokles prodejů přírodních minerálek na úkor růstu balených pramenitých vod
- vysoká sezonnost
- výrazný podíl ochucených variant (restaurace opačně!!!)
- V gastru sklo, v off-trade PET
- boom reakcí na sílící trend zdravého životního stylu

- tři základní vývojové linie, které mění celý segment:
 - 1. přesun k jemně perlivým a neperlivým minerálkám,**
 - 2. preference produktů s nižší mineralizací**
 - 3. nárůst obliby ochucených minerálek podporujících štíhlou linii**

Trh s vodou v ČR

- **Obrat off-trade 5,74 mld. Kč ALE pravidelné ztráty** (v 2009 více než 8 %)
- Důvod = ???

Trh s vodou v ČR – off-trade

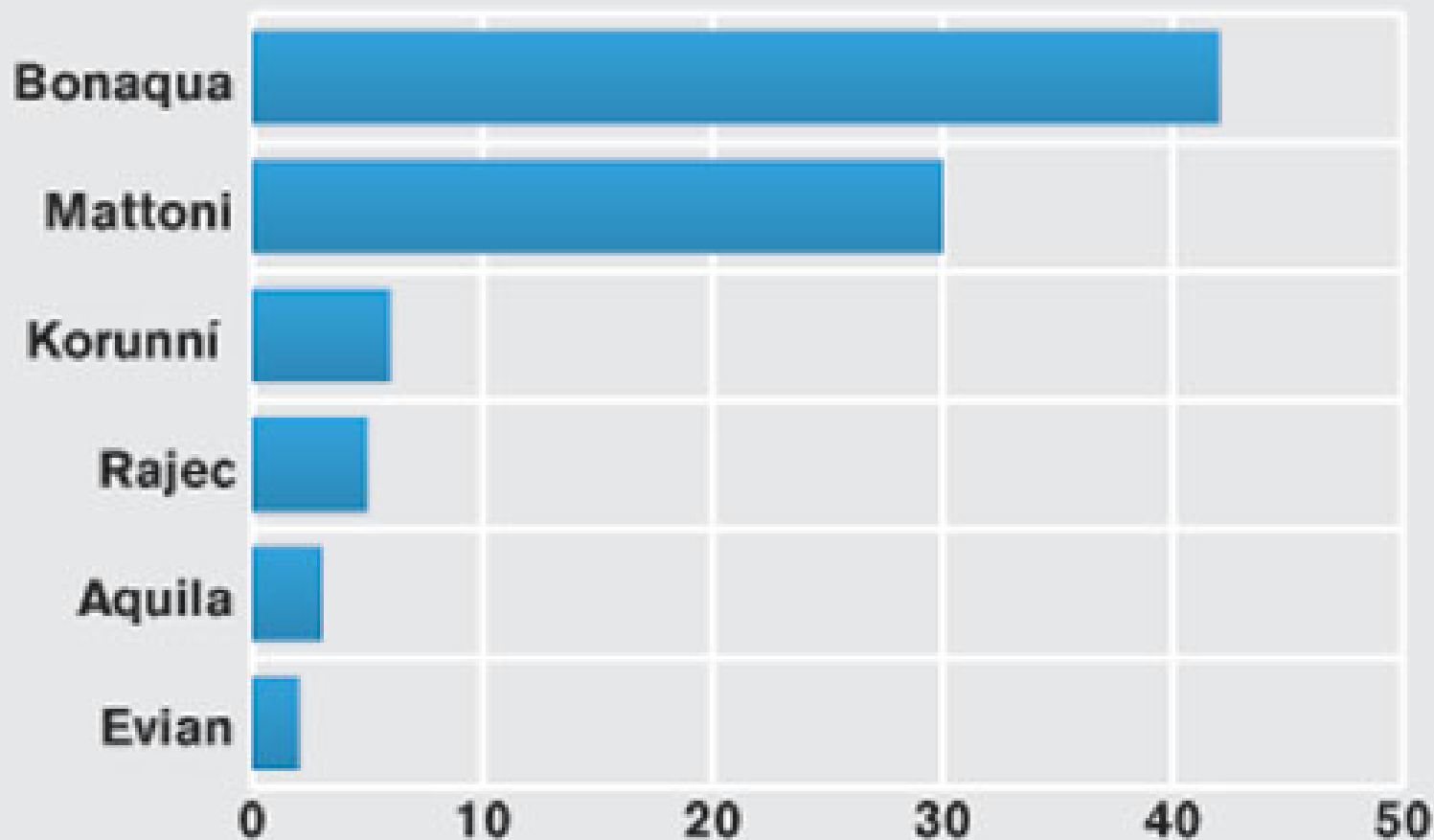
1. KMV, a.s.
2. Poděbradka
3. HBSW (Dobrá voda)
4. ...
5. ...

Zajímavým faktem je pozice **Ondrášovky**, jejíž pokrytí je spíše průměrné a jež je vnímána jako zastaralá a nudná...

DŮVOD ???


Podíl top značek min. vod na celkových tržbách v kategorii on-trade

(v %)



Zdroj: Data Servis

Trh s vodou v ČR

- Nízká regionalita (výjimkami jsou Hanácká Kyselka či Ondrášovka pro dané části Moravy)
- V „lepších“ hotelích, restauracích, ale i na sportovištích drží pozici zahraniční prémiové vody
- Veolia Water  kampaň za kohoutkovou vodu do restaurací
- Voda v restauracích z kohoutku?! Ano x ne

Zahranichní konkurence - Německo



Zahraniční konkurence - Francie

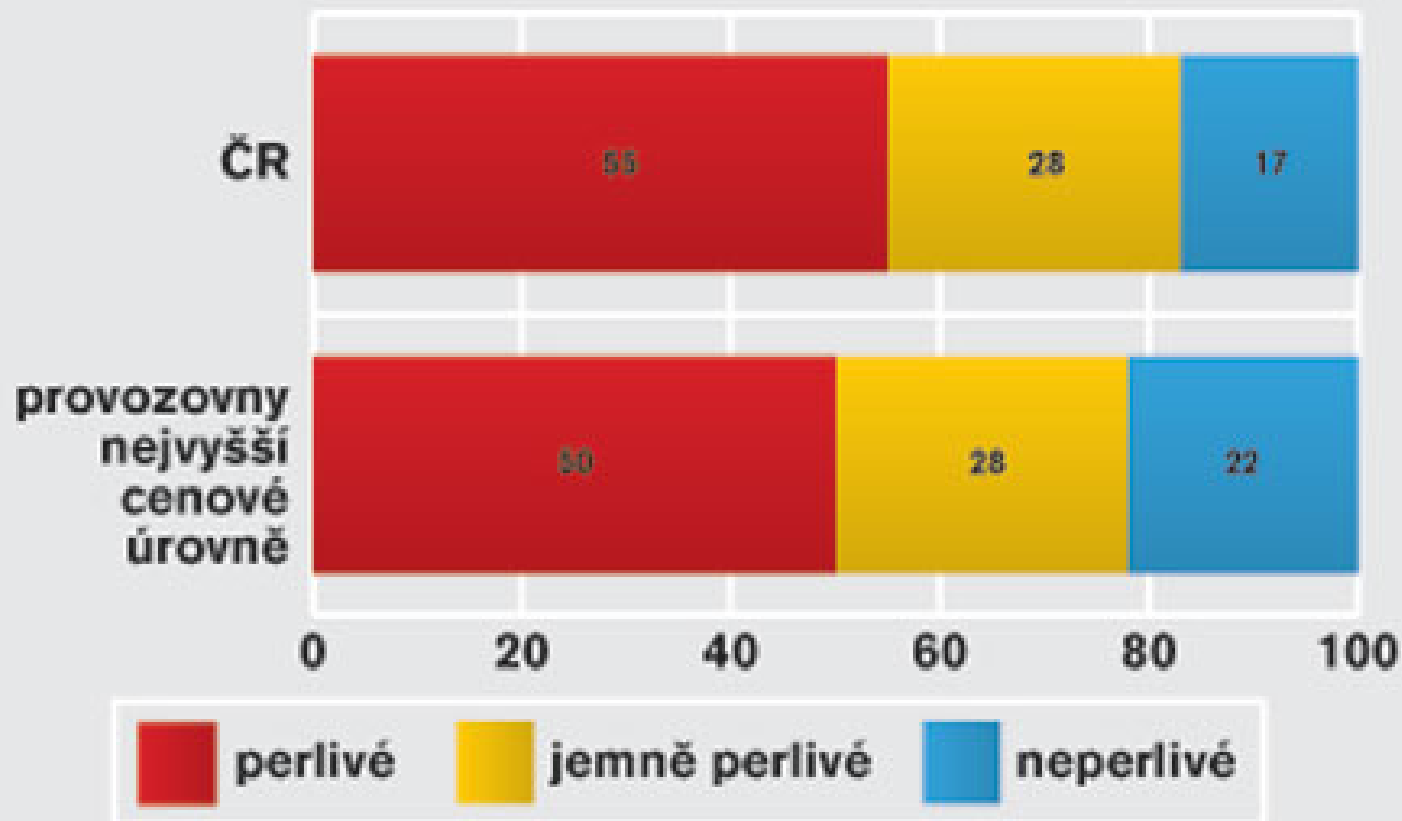


Konkurrenz – Mad'arsko + BENELUX



Podíl minerálních vod na on-trade trhu dle perlivosti

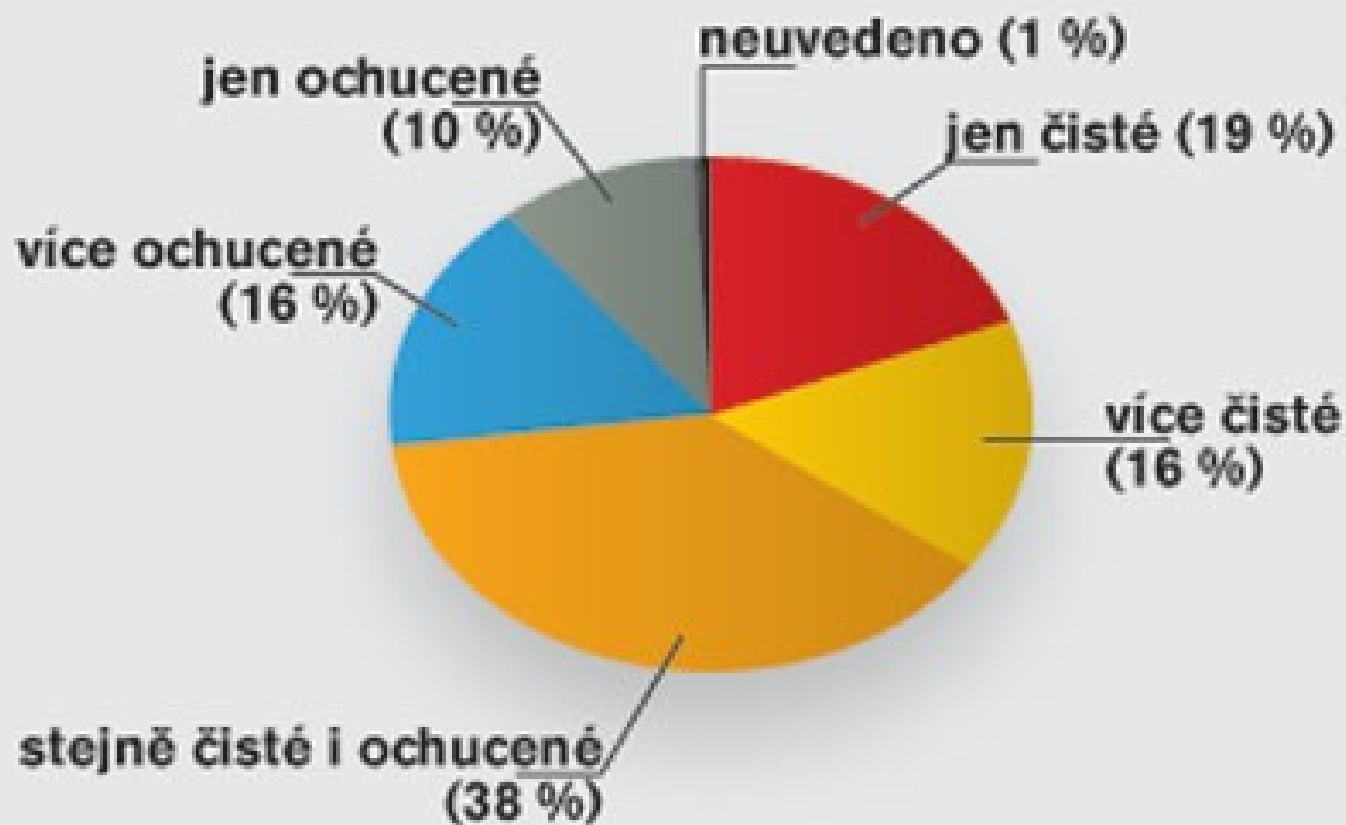
(v %)



Zdroj: Data Servis

Pijete čisté, nebo ochucené minerálky?

(v %)



Zdroj: MML - TGI ČR, 4. 4.-18. 9. 2006

Hodnocení minerálních vod

- <http://mineralwaters.org/>

Výsledky zjištění

- Cílové skupiny ???
- Druh reklamy ???
- Distribuční strategie ???
- Konkurence ???
- Bariéry na trhu ???

Děkuji za pozornost! ;-)

Zdroje

- www.google.cz
- www.justice.cz
- www.mattoni.cz
- <http://www.water.com/>
- www.ihned.cz
- <http://mineralwaters.org/>
- www.youtube.com
- [http://cs.wikipedia.org/wiki/Minerální voda](http://cs.wikipedia.org/wiki/Minerální_voda)
- www.evian.com
- www.vittel.com
- ...