



www.superbock.pt

Super Bock é a marca líder em Portugal e a cerveja nacional mais vendida em todo o mundo. A qualidade, confirmada pelos inúmeros prémios internacionais que continua a coleccionar, e a inovação dos seus produtos, permitem-lhe assegurar a preferência e confiança dos consumidores de cerveja. Assente em valores como convívio e amizade, Super Bock é o Sabor Autêntico que aproxima os portugueses.

Valores da Marca

Saborear uma Super Bock é desfrutar de uma cerveja de elevada qualidade, produzida a partir de uma receita única que lhe confere um sabor genuíno e inconfundível. Super Bock é o Sabor Autêntico para quem partilha momentos de convívio, descontração, amizade e verdade.

estratégia, conferindo uma maior dinâmica ao mercado. Super Bock Green, lançada em 2004, é uma cerveja mais fácil de beber, mais leve e menos calórica, dirigida a um segmento de consumidores de cerveja mais ocasionais. Super Bock Abadia, lançada em 2006, revela o melhor da tradição cervejeira,

um segredo de receita artesanal a que só reis e nobres tinham acesso. A gama de produtos para refeição foi reforçada em 2008 com o lançamento de duas cervejas Gourmet: Gold, que acompanha o melhor peixe, e Rubi, que acompanha o melhor carne. Na categoria das sem álcool, Super Bock Sem Álcool veio revolucionar o segmento de mercado sendo a única cerveja sem álcool em Portugal obtida com recurso a um processo de desalcooolização patenteado e exclusivo à escala internacional. Super Bock Sem Álcool possui um perfil aromático semelhante às cervejas com álcool e é baixa em calorias, atributos que lhe permitiram granjear o Prémio de Produto do Ano 2006. Em 2007, ano em que a marca foi relacionada e a sua gama alargada com as novas variedades Preta, Pêssego e Limão, Super Bock Sem Álcool foi reeleita Produto do Ano e alcançou a liderança do segmento de mercado. Note-se que as variedades Super Bock Sem Álcool com sabores, Pêssego e Limão, são as únicas em Portugal com 0,0% de álcool. Também em 2007 foi lançado o projecto Super Bock XpresS, conceito único em Portugal de cerveja de barril para consumo em casa. A máquina de extracção de cerveja de



Produtos e Desenvolvimentos Futuros

O universo Super Bock tem vindo a expandir-se nos últimos anos, contando já com onze cervejas de eleição: a tradicional pilsener Super Bock, a especial preta Super Bock Stout, a única cerveja limão Super Bock Green, a artesanal Super Bock Abadia, as cervejas Gourmet Abadia Rubi e Abadia Gold, a cerveja de barril em garrafa Super Bock XpresS e as inovadoras Super Bock Sem Álcool, presentes em quatro variedades: Pilsener, Preta, Pêssego e Limão. Como líder, Super Bock vê na inovação uma aposta contínua da marca, procurando desenvolver produtos que reforcem a sua ligação com os consumidores e que criem mais valias para quem os comercializa. Depois do enorme sucesso de Super Bock Stout, o outro lado de Super Bock lançado em 2003, a marca prosseguiu com a sua



barril para uso doméstico foi reconhecida com o prémio Produto do Ano 2008 na categoria de pequenos electrodomésticos, tendo sido considerada de forma destacada como o produto mais inovador entre cerca de 150 produtos concorrentes. O sucesso deste conceito impulsionou o seu alargamento em 2008 com Super Bock XpresS Garrafa, todo o prazer de uma cerveja de barril, agora em garrafa.

Mercado

Super Bock é a maior marca portuguesa de bebidas, fruto da generalizada preferência dos consumidores e da enorme adesão aos valores que representa. Mantendo a liderança de mercado desde 1992, Super Bock detém uma quota de mercado nacional, em valor, de 45%, segundo os últimos dados Nielsen (INA + INCM - Ano Móvel Dez. / Jan. 09). Distribuída em mais de 35 países, Super Bock é igualmente a cerveja portuguesa mais vendida em todo o mundo, representando as exportações aproximadamente um terço da sua produção. Angola é o principal destino de exportação, encontrando-se Super Bock entre as marcas internacionais com maior presença e reconhecimento de qualidade.

Comunicação

A comunicação da Super Bock tem sido alicerçada numa forte coerência ao longo do tempo, sendo um dos pilares da formação da sua personalidade. Os filmes tema da marca, referências no panorama

publicitário português desde os anos 90, têm desempenhado um papel fundamental na construção dos seus valores e no reforço da ligação emocional com os seus consumidores. Também na comunicação de rua, Super Bock dá cartas, sendo possível encontrar de norte a sul do país peças de comunicação relevantes e próximas do consumidor com expressões criativas e design únicos. Muito dinâmico e com dois poderosos motores de pesquisa, cinema e música, tem sido através do seu site que Super Bock continua a desenvolver projectos extremamente inovadores, como os Super Bock Super Blog Awards e o Super Bock Super Rock Preload. Este site de referência em Portugal tem sido premiado inúmeras vezes. Através do apoio a grandes eventos e a importantes iniciativas culturais e desportivas, como são os casos dos maiores Festivais de Verão; da presença na Casa da Música, Pavilhão Atlântico e Museu de Serralves; e do patrocínio oficial à Selecção e Campeonato Nacional de Rugby e a inúmeras equipas de rugby e futebol; a marca exibe a sua imagem de estrela de primeira grandeza nas mais importantes praças da comunicação. Considerada pelo consumidor como uma marca que lhe proporciona momentos inesquecíveis, Super Bock realizou em 2008 o 4.º Super Bock Super Rock Angola e o 14.º Super Bock Super Rock, festival que concentra o melhor do rock, aliando bandas consagradas a talentos emergentes no meio musical. Para além da música, a marca continua a marcar a sua presença



Vantagens Competitivas

Reconhecida pela qualidade superior do seu produto, Super Bock conquistou 33 medalhas de ouro no célebre concurso Monde Sélection (25 consecutivas), sendo também a única marca portuguesa de

Factos que desconhece

Super Bock patrocinou o concerto de Madonna em Portugal, espectáculo ao qual assistiram mais de 70 mil pessoas.

Em 2008, o lançamento das Abadias Gourmet Gold e Rubi, que explorou um novo momento de consumo de cerveja: as refeições sofisticadas, ajudou a construir a liderança de Super Bock Abadia no canal alimentar.

O filme tema da Super Bock "Brandie Carilite" impôs-se como mais uma referência da marca, tendo sido considerado um dos 5 melhores filmes publicitários dos últimos 5 anos pelo programa Imagens de Marca, e obtido mais de 500 mil visualizações no "youtube".

A marca iniciou em 2008 a sua expansão aos mercados do médio oriente, pelo que já se pode saborear a Super Bock na China, Japão e Coreia do Sul.

cervejas, e uma das primeiras da Europa, a receber o Certificado de Qualidade da SGS ICS (Serviços Internacionais de Certificação). A marca possui uma imagem sólida e de confiança, suportada por uma elevada notoriedade e uma forte rede de distribuição que faz chegar Super Bock aos seus consumidores, onde quer que seja.

1927
Nasce a marca Super Bock.

1992
A marca atinge a liderança do mercado de cerveja.

1998
Super Bock patrocina a maior exposição do século, a EXPO 98.

2005
Realiza-se o 1.º Super Bock Super Rock Angola.

1977
Super Bock ganha a 1.ª medalha de ouro no concurso Monde Sélection.

1995
Realiza-se o 1.º Super Bock Super Rock.

2003
Super Bock inicia um ambicioso programa de inovação que vai revolucionar o mercado de cervejas.

2008
Após 40 anos, Super Bock renova a sua garrafa de tara reutilizável e atualiza imagem.