



# NICOLAUS<sup>®</sup>

Extra Jemná  
VODKA

## HISTÓRIA

Spoločnosť ST. NICOLAUS - trade, a. s., do ktorej portfólia patrí aj značka Nicolaus Extra Jemná Vodka, je jednou z najvýznamnejších obchodných spoločností na Slovensku. História firmy siaha až do roku 1867, kedy liehovarnický majster Armin Stark založil v Liptovskom Mikuláši prvú rafinériu liehu. Liehovarnický podnik ST. NICOLAUS nadväzuje na bohaté tradície a skúsenosti výroby liehovín na Liptove. Tá prosperovala natoľko, že Armin Stark požiadal o povolenie na rozšírenie výroby. Z malovýroby sa v priebehu desaťročí stal významný priemyselný podnik, ktorý z roka na rok zvyšoval výrobu, tržby aj čistý zisk. Tak sa z liehovarnického podniku podnikateľa Armin Starka vytvorila jedna z najsilnejších a najspoľahlivejších spoločností na Slovensku aj vďaka mikulášskemu liehu, ktorý dlhodobo patrí k tomu najlepšiemu, čo na slovenskom trhu existuje. Od svojho vzniku v roku 1995 je úlohou ST. NICOLAUS - trade, a. s.



strategické riadenie obchodných a marketingových aktivít ST. NICOLAUS, a. s. História značky pod názvom Nicolaus Extra Jemná Vodka siaha takisto do roku 1995. Čisté pomenovanie len „Nicolaus Vodka“ ale existovalo už dávno predtým. Významný míľnik v histórii spoločnosti prišiel v roku 2006, kedy došlo k redizajnu Nicolaus Extra Jemnej Vodka, z konzumnej fľaše do príťažlivej, dnes ikonicky známej, na mieru vyrobenej fľaše z tzv. extra-čirej skloviny s priehľadnou etiketou, pečatou „Mikuláša“ a uzáverom s nálevníkom. Postupom času sa rozšíril a skvalitnil sortiment liehovín, jednotlivé produkty sa začali výrazne zviditeľňovať a ešte viac približovať zákazníkom.

## HODNOTA ZNAČKY

Hlavnými prednosťami spoločnosti sú kvalita služieb, marketingová podpora, dôraz na flexibilné zabezpečovanie požiadaviek zákazníkov na vysokej európskej úrovni a spokojnosť klientov. Portfólio spoločnosti tvoria najúspešnejšie a najpredávanejšie slovenské značky liehovín ako Nicolaus Extra Jemná Vodka, k rodinnému striebriu patrí bylinný likér Demänovka či ovocné liehoviny radu Jubilejná, ktoré si vybudovali povest' kvalitných a obľúbených produktov. Okrem toho ponúka spoločnosť ST. NICOLAUS širokú škálu obľúbených liehovín v segmentoch ginov, rumov, likérov, brandy, ovocných destilátov a horko-bylinných likérov. Kvalitu liehovín zaručujú prvotriedne suroviny, ako aj tradičné rokmi overené a neustále zdokonaľované receptúry. Spoločnosť ST. NICOLAUS využíva pri príprave liehovín moderné technológie a na všetkých úrovniach zamestnáva najlepších odborníkov z brandže. Vďaka sile značky a spoľahlivosti sa ST. NICOLAUS - trade, a. s. stala distribučným partnerom pre importné značky ako Soberano, Lepanto, The London No. 1. Gin a kvalitné dovozové vína z tradičných vinárskych krajín ako sú Španielsko a Taliansko, ale i krajín ako Argentína a Čile.



## INOVÁCIE

Značka Nicolaus Extra Jemná Vodka je najúspešnejšia značka z bohatého portfólia spoločnosti. Jej cieľovou skupinou sú mladí ľudia, ktorí uprednostňujú spontánnu a neviazanú zábavu so svojimi priateľmi. Sledujú a nasledujú nové trendy, radi zažívajú nové zážitky. Keďže „Nicolauska“ je naozaj dostupná značka, spotrebiteľ sa s ňou môže stretnúť kdekoľvek - v reťazci hypermarketu, v malom tradičnom obchode, v každom správnom klube či na diskotéke, ale najviac zábavy „Nicolauska“ prináša počas letnej festivalovej sezóny, kde je každoročne najpredávanejšou značkou vodky vôbec. Za úspechom „Nicolausky“ stoja aj inovácie, ktoré spoločnosť uplatnila vo výrobných procesoch a distribúcii. V roku 2011 prišla s novou technológiou striebornej filtrácie Nicolausky. Filtrácia cez 24 špeciálnych kaskádovitých filtrov z aktívneho striebra v kombinácii s krišťaľovo čistou tatranskou vodou, dáva vodke Nicolaus preukázateľne ešte jemnejšiu chuť a vôňu. Značka si následne odniesla v roku 2011 ocenenia a medaily za chuť z prestížnych svetových súťaží: World Spirits Awards (WSA) - zlato, International Spirituosen Wettbewerb (ISW) - striebro, International Spirits Challenge (ISC) - bronz. V tom istom roku uzrela svetlo sveta



aj ďalšia inovácia na etikete - termocitlivá vložka. Táto ako indikátor správneho vychladenia vodky zmení svoju farbu na modrú vždy, keď je Nicolauska správne vychladená pre jej konzumentov (4-6 stupňov °C). V roku 2012 Nicolauska úspešne uviedla novinku v segmente ochutených vodiek s príchutou limetka (Lime), brusnica (Cranberry) a čierne ribezle (Blackcurrant), ktoré sa nielen stali dominantným lídrom kategórie, ale v roku 2013 získali aj spotrebiteľské ocenenie - VOLBA SPOTREBITEĽOV 2013. „Nicolauska“ získala v roku 2013 aj ocenenie Múza Merkúra za retailovú kampaň roka pod názvom „Kulehy na kulyho“. V roku 2014 uvádza najpredávanejšia vodka na trhu nové 0,2 l balenie v štýlovej praktickej fľaši, ktorá sa hodí na akúkoľvek

príležitosť a zmestí sa hruvo aj do kabelky. Pre lídra v segmente liehovín je neustálou výzvou pokračovať v inováciách, ktoré prinesú relevantnú pridanú hodnotu pre spotrebiteľov a posunú úroveň všetkých kľúčových značiek. Znamená to neustále zlepšovanie, sledovanie trendov, vnímania a potrieb spotrebiteľov. Tajomstvo úspechu značky je ukryté v ľuďoch. Celý reťazec ľudí, počnúc výrobou od prijímania prvých zrn obilnín, ktoré sú základom pre výrobu vlastného a veľmi kvalitného liehu,

cez premyslený marketing a hrdých ľudí v obchodnom tíme, ktorí so srdcom prezentujú meno Nicolaus vodky, je postavený na tradícii v kvalite, zanieteneosti a záväzku posúvať značku neustále dopredu. Hodnotu značky Nicolaus určuje aj sofistikovaný dizajn, kvalita produktu, ktorá dokáže uspokojovať potreby čoraz náročnejšieho spotrebiteľa a v neposlednom rade imidž a vnímanie značky. Filozofiou a poslaním Nicolausky je prinášať spotrebiteľovi extra jemnú chuť a neobyčajné zážitky, ktoré menia bežnú zábavu na zábavu neobyčajnú.

## ANNA BUZINKAY

MARKETINGOVÁ RIADITEĽKA  
ST. NICOLAUS - TRADE, A. S.

„S akoukoľvek značkou je to ako s výchovou. Čo do nej s umom a úprimne so srdcom vložíte, to sa vám vráti. Značka vás odmení vo forme obchodných výsledkov a trhových čísel, ktoré odzrkadľujú názory spotrebiteľov a zákazníkov. A tam vidíme, či to robíme naozaj dobre. V prípade našej „Nicolausky“ môžeme hrdlo povedať, že to robíme výborne. Spotrebiteľa a jeho potreby nemožno oklamať ani odignorovať. A dôležité je nezastať, pretože dnešný spotrebiteľ je čoraz sofistikovanejší a náročnejší a vyžaduje čoraz viac. A preto sa mu snažíme prinášať neustále niečo inovatívne, zábavné a posúvať našu značku vpred.“

## ZNAČKA A ČÍSLA

- 1867 - ROK, S KTORÝM JE SPOJENÁ HISTÓRIA SPOLOČNOSTI ST. NICOLAUS, KEDY BOLA V LIPTOVSKOM SV. MIKULÁŠI ZALOŽENÁ 1. LIKÉRKA
- 2006 - ZROD SÚČASNEJ PODOBY IKONICKEJ FĽAŠE A DIZAJNU NICOLAUS EXTRA JEMNEJ VODKY
- 2011 - ROK UVEDENIA STRIEBROM FILTROVANEJ VODKY NA SLOVENSKÝ TRH
- 3 - OCENENIA A MEDAILY ZA CHUŤ Z PRESTÍŽNYCH SVETOVÝCH SÚŤAŽÍ V R. 2011 (WSA - ZLATO, ISW - STRIEBRO, ISC - BRONZ)
- 5 788 386 - POČET VŠETKÝCH FĽAŠ „NICOLAUSKY“ VYROBENÝCH V ROKU 2013. ČÍM JEDNOZNAČNE ZÍSKALA PRVENSTVO MEDZI ZNAČKAMI NA TRHU VODIEK NIEN NA SLOVENSKU, ALE AJ V ČESKO-SLOVENSKU
- 2015 - MIKULÁŠ PRÍDE ZASE S NEJAKÝM DARČEKOM...