



Nekada je stari Čib, današnje Čelarevo, bio poznat po čuvenoj porodici veleposednika Lazara Dunderškog, njihovom dvorcu i poznatim zvanicama kulturne i umetničke srpske elite.

Taj isti Lazar Dunderški je 1892. godine osnovao Pivaru "Čelarevo" na poljoprivrednom imanju.

Početni kapacitet pivare iznosio je 10.000 hl godišnje. Nakon završetka Drugog svetskog rata u postupku nacionalizacije, pivara je od privatnog, postala državno i društveno vlasništvo, a već devet godina njome gazduje danska kompanija Carlsberg Srbija d.o.o. Jovana Mladenović menadžer komunikacija Carlsberg Srbija d.o.o. iznela je nekoliko osnovnih podataka o kompaniji:

-Carlsberg Grupacija predstavlja jednu od najvećih pivarskih grupacija u svetu, sa širokim asortimanom robnih marki piva i bezalkoholnih napitaka. Istorija kompanije počinje davne 1847. godine osnivanjem prve Carlsberg pivare Kopenhagenu (Danska). Njen osnivač J.C. Jacobsen, pivari je dao naziv po svom petogodišnjem sinu Karlu i po danskoj reči „berg“, što znači breg. Carlsberg grupacija je došla na tržište Srbije krajem 2003. godine privatizacijom pivare u Čelarevu, tako da na tržištu Srbije uspešno posluje već devet godina. Godine 2005. kada je ispunila sve standarde, a pivara u Čelarevu dobila naziv Carlsberg Srbija d.o.o. i danas predstavlja deo Carlsberg grupacije koja posluje na 150 tržišta širom sveta. Ima ukupno 43.000 zaposlenih i četvrta je po veličini pivarska kompanija u svetu. Carlsberg Srbija predstavlja igrača br. 2 na prostoru Srbije, drugu po veličini pivaru. Glavni brend kompanije je Lav pivo i to je najveći domaći brend ove kompanije i drugi pivski brend u Srbiji. Pored Lav piva, Carlsberg d.o.o. ima jedan širok portfolio brendova: Tuborg, Kilkeny, Guinness, Budweiser Budvar, Carlsberg, Erdinger i Cider: Somersby Apple Cider, Somersby Pear Cider i prvi je uveo Cider pića na tržište Srbije prošle godine - obavestila je Jovana Mladenović.

Naša sagovornica dodaje da se stanje pivare Čelarevo kada je preuzeta, u odnosu na današnje, umnogome promenilo. Od dolaska na tržište Srbije, kompanija je u Pivaru uložila preko 170 miliona evra. Uglavnom je to bilo ulaganje u proizvodne kapacitete, logistiku i marketing. Pivara je porasla. Trenutno je ovde zaposleno preko 500 radnika.

U međuvremenu, kompanija je unapredila standarde proizvodnje, s obzirom da kao deo jedne međunarodne grupacije, mora zadovoljavati sve njene standarde. Krajem februara 2008. godine, kompanija Carlsberg Srbija d.o.o. je od predstavnika organizacije za procenu i kontrolu menadžmenta i kvaliteta „Lloyd's Register“ za Srbiju, primila sertifikate povodom uspešne implementacije Integrisanog sistema upravljanja – IMS. Implementacija ovih međunarodno priznatih standarda ISO grupe nastala je kao rezultat konstantnih sistematskih unapređenja koje je uvela kompanija Carlsberg Srbija. Uveden je menadžment sistem koji ujedinjuje četiri sistema

kvaliteta u proizvodnji i poslovanju tako da se može garantovati da su svi proizvodi pivare Čelarevo najvišeg standarda i po standardima Carlsberg grupacije. Proširen je asortiman proizvoda i danas postoji mnogo veći broj brendova koje pivara proizvodi i plasira na tržište. Pored toga što svoje proizvode nudi na tržištu Srbije, takođe, 25% ide u izvoz, između ostalog i u Australiju.

-Važno je napomenuti da se trudimo da u svoj proizvodnji koristimo sirovine domaćih dobavljača koji zadovoljavaju zahtevne standarde proizvodnje jedne internacionalne pivare. Tamo gde to nije moguće, dobavljači su iz inostranstva. Što znači da jedan deo sirovina nabavljamo u zemlji, a drugi uvozimo – kaže Jovana i posebno se osvrće na uređenje same okoline pivare:

- U sastavu Carlsberga od 2007. godine zvanično se nalazi i park Dunderških, na šta smo jako ponosni i godinama unazad se trudimo da ga što kvalitetnije održavamo. Posebnost kojom se prema njemu odnosimo ogleda se i u činjenici da je briga o parku spontano postala zadovoljstvo i zadatak svih zaposlenih i svi smo učestvovali u velikom broju radnih akcija. Dvorac Dunderški dodeljen je na starateljstvo i upravu Muzeju Vojvodine, ali kompanija pomaže lokalnoj zajednici koja sada pokušava da obnovi dvorac. Kompanija će u tom pravcu podržati lokalnu zajednicu koliko god bude u mogućnosti. A koliko je Carlsberg značajan za Čelarevo kazuju sledeće činjenice. Carlsberg je poznat po podršci FK ČSK i ostalim sportskim klubovima, među kojima su stonoteniski muški i ženski, te košarkaški klub. Poslednjih godina se trudimo da pomognemo one projekte lokalne zajednice koji nisu usmereni samo na jednu grupu korisnika, npr. sportski klub, već one od koji bi imali koristi svi građani Čelareva. Imamo aktivan dijalog sa predstavnicima lokalne zajednice i plan je do kraja godine da učestvujemo u projektima lokalne zajednice u koje će Carlsberg investirati, dok se i pomoć sportskim klubovima ove godine nastavlja.

Naša sagovornica, Jovana Mladenović je još mlada i sa petogodišnjim radnim iskustvom i po njenim rečima nije usamljena, jer kompanija Carlsberg okuplja mlade i ambiciozne ljude. Ono što je po njenom mišljenju prednost kompanije Carlsberg jesu njeni kreativni pivski brendovi, kao proizvod vezan za zabavu. Dobitnu kombinaciju predstavlja spoj tradicije i mladosti. Tradicija pivare označava kvalitet, a mladi zaposleni ljudi joj daju kreativnosti i inovativnost.

Ipak, kada je u pitanju slogan firme, Jovanin favorit je još uvek slogan iz 1975. godine: "Probably the best beer in the world!" (verovatno najbolje pivo na svetu). U skladu sa vizijom kompanije, da do 2015. godine, sa brendom Lav postane broj 1 pivski brend Srbije, zamenjen je novim: "Radi kako misliš, živi kao lav!"