

CISOWIANKA™

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Wiosną 2013 roku otwarta została restauracja Water&Wine zlokalizowana przy zakładzie butelkującym Cisowiankę.

To wyjątkowe miejsce na kulinarnej mapie Europy, gdzie spróbować można najlepszej wody, wyszukanych win i wyśmienitych dań kuchni fusion.

Cisowianka Perlage zaliczana jest do grona najlepszych wód świata. Otrzymała nagrodę *Superior Taste* za wybitny smak i jest rekomendowana przez Stowarzyszenie Sommelierów Polskich.

W kwietniu 2013 roku ruszyła kampania reklamowa z udziałem Monici Bellucci.

Pierwszą polską wodą w puszcze na polskim rynku była Cisowianka Perlage.

Cisowianka Perlage nasycana jest dwutlenkiem węgla pochodzenia naturalnego.

Cisowianka to marka dynamiczna i innowacyjna. U podstaw jej filozofii leży dostarczanie najwyższej jakości, w pełni naturalnych produktów, a także wychodzenie naprzeciw potrzebom konsumentów, wyprzedzanie i kreowanie trendów. Wprowadzenie na rynek pierwszej w Polsce wody w puszcze, opracowanie technologii „perlage” i stworzenie zupełnie nowej kategorii produktu to tylko niektóre ze znaczących wydarzeń w życiu marki. Cisowianka jest liderem sektora wód mineralnych, a jej sprzedaż systematycznie rośnie – nie tylko w Polsce, lecz także za granicą.

Kontekst rynkowy

Rynek wód mineralnych w Polsce to jeden z najdynamiczniej rozwijających się sektorów branży spożywczej – w ciągu ostatnich sześciu lat wzrósł ponad dwukrotnie. Tendencja wzrostowa na rynku wynika z coraz większej świadomości Polaków podczas dokonywania wyborów konsumenckich. Dotyczy to w szczególności produktów, po które klienci sięgają każdego dnia, m.in. naturalnych wód mineralnych. Tutaj szczególne znaczenie ma wysoka jakość, skład, a tym samym wpływ na zdrowie i dobre samopoczucie konsumentów.

Oferta

Cisowianka to marka oferująca bardzo szeroką gamę opakowań – od standardowych butelek PET 1,5 czy 0,5 litrowych, poprzez butelki szklane i puszki. Woda w puszcze jest pierwszą wodą mineralną w Polsce w takim opakowaniu.

Autentyczną nowością na polskim rynku jest również woda Perlage, która stworzyła odrębną kategorię produktu. To woda plasująca się pomiędzy wodą gazowaną a niegazowaną, będąca idealnym towarzyszem posiłku. Dzięki zastosowaniu innowacyjnej metody o nazwie „perlage” uzyskano efekt musowania podobny do tego, który możemy zaobserwować w wysokiej klasy winach musujących i szampanach. Dzięki mocnemu związaniu cząsteczek dwutlenku węgla z cząsteczkami wody jest ona bardzo delikatna, a bąbelki gazu uwalniają się powoli przez długi czas. Woda Perlage zaliczana jest do najlepszych wód świata i polecana przez sommelierów i szefów kuchni. Pokochali ją także restauratorzy.

Produkty Cisowianki można znaleźć w najlepszych restauracjach w Polsce, m.in. w Atelier Amaro, czy Amber Room, a także za granicą. Woda gazowana Perlage i niegazowana Classique dostępne są w eleganckich szklanych butelkach o pojemnościach 0,3 oraz 0,7 litra, które z powodzeniem pełnią funkcje eleganckich karafek.

W ofercie Cisowianki znajdują się także specjalne produkty dedykowane akcji Woda dla Afryki – to Cisowianka w opakowaniu PET o pojemności 0,33 litra oraz oznakowana specjalną grafiką woda w puszcze. Całkowity zysk ze sprzedaży tych produktów przeznaczony jest na rzecz budowy studni w Afryce.

Dzięki nowoczesnym liniom butelkującym, spełniającym najwyższe dostępne w tej branży światowe standardy, do butelek trafia woda o niezmiennych naturalnych właściwościach. Zakład butelkujący usytuowany jest kilkanaście metrów od źródła, co dodatkowo gwarantuje najwyższą jakość i stały skład produktów. Otwierając butelkę Cisowianki, konsumenci mogą być pewni, że otrzymają zawsze taką samą, najwyższej klasy wodę. Dzięki wąskiej specjalizacji – w zakładzie butelkowana jest tylko i wyłącznie naturalna woda mineralna – i wykwalifikowanej kadrze posiadającej ściśle ukierunkowaną wiedzę, marka gwarantuje pełne bezpieczeństwo produktu.

Osiągnięcia

Cisowianka jest obecnie liderem rynku wód mineralnych w Polsce i drugą pod względem udziałów w rynku wodą butelkowaną. Jej zasięg nie ogranicza się jednak





tylko do polskiego rynku. W 2013 roku firma rozpoczęła działalność eksportową i stopniowo wprowadza na rynki zagraniczne wodę Perlage i Classique. Produkty te dedykowane są w szczególności sektorowi HoReCa.

Szczególnym osiągnięciem jest również przeprowadzenie kampanii reklamowej z udziałem Monici Bellucci. Zgoda aktorki, współpracującej tylko z najlepszymi markami, takimi jak Cartier i Dior, jest potwierdzeniem najwyższej klasy wody Perlage.

Cisowianka to marka wielokrotnie nagradzana w plebiscytach i konkursach zarówno w Polsce, jak i za granicą. Kilkakrotnie otrzymała tytuł Superbrand, a także m.in. tytuły Marki Godnej Zaufania *PremiumBrand* czy *European Trusted Brands*. Jest również laureatką wielu nagród branżowych. Szczególnie ważnym wyróżnieniem dla produktów Cisowianki są nagrody *Superior Taste* przyznawane przez niezależny International Taste and Quality Institute. W tym prestiżowym konkursie najlepsi eksperci kulinarni i sommelierzy oceniają produkty pod względem wrażeń smakowych. Nagrodę *Superior Taste* za wybitny smak otrzymały zarówno Perlage, jak i Classique, a także Cisowianka lekko gazowana. Woda Perlage została również wyróżniona rekomendacją Stowarzyszenia Sommelierów Polskich.

Powodem do dumy są także z pewnością prowadzone akcje społeczne. W ramach akcji Woda dla Afryki, prowadzonej od 2008 roku wspólnie z Polską Akcją Humanitarną, zebrano środki pozwalające zapewnić dostęp do wody kilkunastu tysiącom osób. Natomiast akcja Grajmy w piłkę to nie tylko spektakularne efekty w postaci m.in. nowo otwartych boisk, lecz także prestiżowe wyróżnienie European Excellence Award.



Promocja Marki

Jedną z cech wyróżniających markę Cisowianka jest niestandardowo prowadzona komunikacja marketingowa. W kampaniach marka buduje swój własny świat i przekazuje nie tylko wiedzę na temat produktu, ale także związane z nim emocje.

Kampanie z dziewczyną na rowerze, czy pilotami F16 na długo zapadły w pamięci widzów. Najwięcej emocji wzbudza jednak tegoroczna kampania wody Perlage z udziałem ikony klasy i stylu, włoskiej aktorki Monici Bellucci. Spot, który nakręcono we włoskim Portofino, został po raz pierwszy pokazany w polskiej telewizji w kwietniu 2013 roku.

Ważną częścią działalności marketingowej marki jest również wspieranie najlepszych polskich projektów modowych – Cisowianka Perlage obecna jest m.in. na pokazach takich projektantów i marek, jak Zień, Łukasz Jemioł, Paprocki&Brzozowski, czy La Mania.

Ciekawym projektem spajającym świat marki Perlage jest także blog soperlage.com – to nowe miejsce w sieci poświęcone modzie, dizajnowi, architekturze, a także kulinariom.

Wartości Marki

Podstawą filozofii marki jest dostarczanie tylko i wyłącznie w pełni naturalnych produktów. Dzięki zaawansowanym technologiom, m.in. *ultra clean*, Cisowianka butelkowana jest w swojej niezmienionej postaci. Zachowuje dzięki temu nie tylko swój unikalny skład mineralny, lecz także naturalną, korzystną dla organizmu mikroflorę bakteryjną, dzięki czemu jest wodą biologicznie czynną.

Cisowianka to przede wszystkim marka nowoczesna, która nie tylko wychodzi naprzeciw potrzebom konsumentów, ale również wyprzedza i kreuje trendy.

www.cisowianka.pl

HISTORIA MARKI

- 1979:** Powstanie marki Cisowianka.
- 1999:** Powstanie firmy Nałęczów Zdrój, początek modernizacji zakładu.
- 2001:** Zmiana wyglądu opakowań na zgodny z nowymi trendami rynkowymi.
- 2005:** Pierwsza telewizyjna kampania Cisowianki.
- 2008:** Inauguracja akcji charytatywnej Woda dla Afryki prowadzonej wspólnie z Polską Akcją Humanitarną.
- 2009:** Wprowadzenie do sprzedaży Cisowianki Perlage.
- 2011:** Wprowadzenie szklanych opakowań.
- 2012:** Wprowadzenie pierwszej w Polsce wody w puszcze.
- 2012:** Inauguracja akcji społecznej Grajmy w piłkę.
- 2013:** Start kampanii z Monicą Bellucci.
- 2013:** Otwarcie restauracji Water&Wine.