

CISOWIANKA®

Cisowianka to najpopularniejsza woda mineralna w Polsce. Od prawie 40 lat wydobywana z nałęczowskich pokładów wodonośnych i butelkowana u źródła w jednym z najnowocześniejszych na świecie zakładów butelkujących. Proces butelkowania, dzięki swojemu zaawansowaniu technologicznemu, pozwala na zachowanie dobroczynnych właściwości wody, którymi została obdarzona przez naturę. Zachowanie naturalności i pierwotnej czystości wody jest podstawą filozofii działania firmy. Dlatego też w dobie zalewu rynku produktami sztucznie ulepszanymi, Cisowianka pozostaje w pełni naturalna.



Kontekst rynkowy

Rynek wód mineralnych w Polsce to dynamicznie rozwijający się sektor branży spożywczej. Cisowianka od kilku lat jest jego liderem, z roku na rok umacniającą swoją pozycję. Jako Cisowianka Perlage – woda idealnie odpowiadająca potrzebom restauracji – jest również silnym graczem w kanale HoReCa. Obecność marki nie ogranicza się tylko do Polski. Od kilku lat eksportowa marka Perlage dostępna jest w wielu miejscach na całym świecie, w tym w restauracjach z gwiazdkami Michelin. Wielkim sukcesem marki na rynku zagranicznym jest jej obecność w jednym z najsłynniejszych i najbardziej luksusowych miejsc na świecie – Colette Water Bar w Paryżu.

Oferta

Podstawową wartością marki jest jej naturalność. Cisowianka jest butelkowana z tych samych ujęć od 1979 roku w praktycznie niezmienionej postaci. Firma dostarcza wyłącznie naturalną wodę. Nie ingeruje niepotrzebnie w jej naturalną równowagę. Naturalna woda mineralna Cisowianka zachowuje nie tylko swój unikalny skład mineralny, ale również korzystną dla organizmu mikroflorę. Opisując wodę tego typu, specjaliści często używają terminu „woda żywa”. To prawdziwa woda mineralna w pełni naturalna.

Cisowianka oferuje wody o różnym stopniu nasycenia dwutlenkiem węgla w bardzo szerokiej gamie opakowań – od standardowych butelek PET 1,5 i 0,5 litra, przez sportową wersję PET 0,7 litra, butelki szklane i puszki z wodą Perlage. Od 2016 roku dostępna jest również dla najmłodszych konsumentów Moja Pierwsza Cisowianka w małych butelkach z etykietami zaprojektowanymi przez artystę grafika. Wysoka specjalizacja zakładu butelkującego, zajmującego się tylko i wyłącznie wodą, pozwala zaoferować konsumentom wodę najwyższej jakości na każdą okazję – od treningu sportowego, przez dzień w pracy, szkołę czy przedszkole, aż po elegancką kolację dla rodziny lub przyjaciół.

Jako odrębną kategorię należy traktować Cisowiankę Perlage. Dzięki zastosowaniu innowacyjnej metody nasycania wody naturalnym dwutlenkiem węgla uzyskano efekt musowania podobny do najlepszych win musujących. Perlage zaliczana jest do najlepszych wód świata i polecana przez sommelierów oraz szefów kuchni. Cisowianka Perlage, Silnie Gazowana i Niegazowana, w eleganckich szklanych butelkach o pojemności 0,3 i 0,7 litra to idealna propozycja dla restauracji oraz wspaniała towarzyszka przyjęć i spotkań przy stole. Natomiast Perlage w puszcze, jedyna taka na polskim rynku, to propozycja dla tych, którzy starają się wyprzedzać trendy, jednocześnie ceniąc sobie wysoką jakość i wygodę.

Cisowianka oferuje konsumentom wody o niezmiennych naturalnych właściwościach oraz z niską zawartością sodu, co w dzisiejszych czasach jest wartością bardzo ważną. Otwierając każdą Cisowiankę, konsumenci mogą być pewni, że otrzymają zawsze taką samą najwyższej klasy wodę.

Osiągnięcia

Konsumenti od lat obdarzają Cisowiankę zaufaniem i sympatią. Według przeprowadzonych przez Millward Brown badań co piąty Polak najczęściej kupuje właśnie Cisowiankę, a ponad połowa badanych poleca ją swoim znajomym. Ta nie tylko utrzymująca się, ale również wzrastająca popularność i niesłabnące zaufanie to ogromny sukces marki.

Cisowianka to marka bardzo silna i doceniana na rynku. Według rankingu marek co roku przygotowywanego przez dziennik „Rzeczpospolita” Cisowianka jest trzecią najsilniejszą marką w ogólnej kategorii napojów w Polsce. Siły marki dowodzi fakt, że tegoroczne godło Superbrands jest już ósmym z rzędu dla Cisowianki. Po raz siódmy Cisowiankę nagrodzono tytułem marki godnej zaufania Premium Brand.

Cisowianka i jej właściciel – ZL Nałęczów Zdrój – doceniani są również poza granicami kraju. W 2016 roku ZL Nałęczów Zdrój znalazł się na przygotowanej przez



specjalistów londyńskiej giełdy liście tysiąca najbardziej obiecujących przedsiębiorstw Unii Europejskiej. Do listy międzynarodowych trofeów marki można również dopisać nagrody dla eksportowej marki Perlage za jej wyjątkowy smak i właściwości: Superior Taste Award 2016, Gold Taste Award 2016 (Fine Water Tasting Competition, Chiny) i dyplom Gourmet Waters International Contest AVPA – Paryż 2017.

Za ogromny sukces Cisowianki Perlage i eksportowej marki Perlage można uznać fakt, że Perlage jako pierwsza polska marka w historii została głównym sponsorem międzynarodowego, legendarnego i bardzo ekskluzywnego wyścigu historycznych samochodów – Mille Miglia. W tym roku, podczas jubileuszowej (Mille Miglia kończy w 2017 roku 90 lat) edycji „najpiękniejszego wyścigu świata” błękitne butelki i puszki z logo Perlage ponownie będą obecne na całej trasie rajdu po drogach północnych Włoch.



Promocja Marki

Cisowiankę wyróżnia niestandardowo prowadzona kampania marketingowa i PR-owa. Firma uważnie śledzi ogólnoswiatowe trendy i zmiany w świadomości konsumentów. W swojej komunikacji wychodzi poza schematy dotyczące wody.



Ważnym elementem w budowaniu wizerunku marki jest jej wrażliwość i zaangażowanie społeczne. W 2016 roku Cisowianka wsparła UNICEF w realizacji programów wodnych, które miały na celu zwiększenie dostępu do sprawdzonych źródeł wody pitnej dzieciom w najbardziej ubogich regionach świata. Podczas trwającej od

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- Perlage dostępna jest praktycznie na każdej długości geograficznej – od Wenezueli, przez kraje europejskie, kraje arabskie, aż do Chin, Japonii i Korei. Można się jej napić zarówno w paryskim Colette, jak i w restauracji w Kanale Panamskim.
- Perlage nie tylko jest pierwszym w historii legendarnego Mille Miglia sponsorem głównym z Polski, ale również wystawia do wyścigu swój Perlage Team. W 2017 roku Perlage Team powiększył się – wystartują dwa samochody – Aston Martin z 1937 roku i Aston Martin z 1955 roku w legendarnym kolorze racing green.
- W 2016 roku koncept restauracyjny Water & Wine (dostępny wcześniej jedynie dla zaproszonych gości) otworzył się dla szerokiej publiczności: www.waterandwine.pl.

stycznia do czerwca akcji zebrano środki wystarczające na zakup np. 107 pomp wodnych dla najbardziej potrzebujących regionów Afryki. W roku 2017 Cisowianka ponownie włączyła się w działania UNICEF na rzecz dzieci, m.in. w ramach akcji edukacyjnej mającej na celu uświadomienie, jak trudna w niektórych regionach świata jest sytuacja w zakresie dostępu do czystej wody pitnej i jakie niesie to zagrożenia.

Ogromna część działań promocyjnych związanych z marką Perlage skupiać się będzie ponownie wokół słynnego wyścigu Mille Miglia. Perlage i Mille Miglia mają wiele cech wspólnych – prestiż, wyjątkową jakość, poszanowanie tradycji i dużą popularność. Obopólna chęć do współpracy obu tych marek jest więc bardzo naturalna.

Cisowianka Perlage to idealna woda towarzysząca spotkaniom przy stole, pasująca do praktycznie wszystkich dań i win, dlatego działania promocyjne marki również skupiają się na tych tematach. Od prawie trzech lat w koncepcie restauracyjnym Cisowianki – Water & Wine – odbywają się comiesięczne spotkania w ramach Perlage Tasting Club, który stworzono dla osób profesjonalnie zajmujących się winem i jedzeniem, pasjonatów wina oraz entuzjastów fine dining. Ideą założenia klubu była potrzeba cyklicznych spotkań przy winie, wodzie i dobrym jedzeniu. Degustując starannie wybrane wina, uczestnicy spotkań poznają też tajniki sommelierstwa wodnego oraz sztuki doboru wody do wina i potrawy.

www.cisowianka.pl

HISTORIA MARKI

1979 Powstanie marki Cisowianka.

1999 Powstanie Firmy Nałęczów Zdrój – początek modernizacji zakładu.

2009 Wprowadzenie do sprzedaży Cisowianki Perlage.

2012 Wprowadzenie pierwszej w Polsce wody w puszcze.

2013 Start kampanii z Moniką Bellucci.

2014 Perlage dostępna jest w Colette Water Bar i w Grande Épicerie w Paryżu.

2015 Podpisanie pierwszej umowy współpracy z UNICEF.

2016 Perlage jako pierwsza polska marka w historii jest sponsorem głównym Mille Miglia.

2016 Ekspert londyńskiej giełdy uznali ZL Nałęczów Zdrój za jedno z najbardziej obiecujących przedsiębiorstw Unii Europejskiej.