

CISOWIANKA®

Cisowianka to naturalna woda mineralna od ponad 35 lat wydobywana z nałęczowskich pokładów wodonośnych. W dobie zalewu rynku produktami sztucznie ulepszanymi Cisowianka pozostaje w pełni naturalna. Butelkowana jest w jednym z najnowocześniejszych na świecie zakładów, co pozwala na zachowanie wszystkich tych właściwości, którymi została obdarzona przez naturę. Właśnie zachowanie naturalności i czystości wody jest podstawą filozofii działania firmy.



Kontekst rynkowy

Rynek wód mineralnych w Polsce to jeden z najdynamiczniej rozwijających się sektorów branży spożywczej. Cisowianka do kilku lat jest jego liderem, z roku na rok umacniającą swoją pozycję i cieszącą się nieustannie rosnącym zaufaniem i sympatią konsumentów. Jako Cisowianka Perlage – woda idealnie odpowiadająca potrzebom restauracji – jest również silnym graczem w kanale HoReCa, którego pozycja rośnie z każdym rokiem.

Rynkowa obecność marki nie ogranicza się jednak tylko do Polski. Od kilku lat eksportowa marka Perlage obecna jest w wielu miejscach na całym świecie, w tym – w restauracjach wyróżnionych prestiżowymi gwiazdkami Michelin. Jednym z największych sukcesów marki na rynku zagranicznym jest jej obecność w jednym z najsłynniejszych i najbardziej luksusowych miejsc na świecie – Colette Water Bar w Paryżu.

Osiągnięcia

Cisowianka to marka, którą konsumenci od lat obdarzają zaufaniem i sympatią. Według badań, co piąty

Polak najczęściej kupuje właśnie Cisowiankę, a ponad połowa badanych poleca ją swoim znajomym [Badanie kondycji marek wód butelkowanych, Millward Brown, luty 2014 r.]. Dla marki ta nie tylko utrzymująca się, lecz także wzrastająca popularność i nieustannie rosnące zaufanie to ogromny sukces.

Cisowianka to marka doceniana zarówno przez konsumentów indywidualnych, jak i właścicieli i managerów sklepów oraz restauracji. Dowodem na to jest coraz silniejsza pozycja na rynku oraz wzrastająca sprzedaż



w kanale HoReCa, a także nagrody, które Cisowianka rokrocznie otrzymuje w Polsce i za granicą. Tegoroczny tytuł Superbrands jest już siódmym z rzędu, a do kolekcji trofeów zaliczyć można też tytuły Marki Godnej Zaufania PremiumBrand, nagrodę Rynku Spożywczego dla Polskich Zdrój (właściciela Cisowianki i eksportowej marki Perlage) jako lidera rynku i firmy kreującej nowe trendy. Cisowianka była także wielokrotnie nagradzana w konkursach: Perła Rynku FMCG, Złoty Paragon i Najlepszy Produkt (wybór konsumentów – badanie GfK Polonia) oraz Art of Packaging Professional „Perła wśród opakowań”.

Ważnym wyróżnieniem dla marki – Cisowianki Perlage oraz Cisowianki niegazowanej w butelkach szklanych – są nagrody Superior Taste przyznawane przez International Taste and Quality Institute.

Za ogromny sukces Cisowianki Perlage i eksportowej marki Perlage można uznać fakt, że Perlage jako pierwsza polska marka w historii została sponsorem głównym międzynarodowego, legendarnego i bardzo ekskluzywnego wyścigu historycznych samochodów – Mille Miglia.



Oferta

Podstawową wartością Cisowianki jest jej naturalność. Firma dostarcza tylko i wyłącznie naturalną wodę – nie ingeruje niepotrzebnie w jej naturalną równowagę. Dzięki temu naturalna woda mineralna Cisowianka zachowuje nie tylko swój unikatowy skład mineralny, lecz także korzystną dla organizmu mikroflorę. Specjaliści, opisując wodę tego typu, często używają terminu woda żywa. To prawdziwa woda mineralna w pełni naturalna. Cisowianka to marka oferująca wody o różnym stopniu nasycenia dwutlenkiem węgla w bardzo szerokiej gamie opakowań – od standardowych butelek PET 1,5 i 0,5 litra, poprzez sportową wersję PET 0,7 litra, butelki szklane i puszkę specjalnie dedykowaną Perlage. Wysoka specjalizacja zakładu butelkującego, zajmującego się tylko i wyłącznie wodą, pozwala na zaferowanie konsumentom wody najwyższej jakości, na każdą okazję – od treningu sportowego poprzez dzień w pracy aż po elegancką kolację dla rodziny lub przyjaciół.

Jako odrębną kategorię należy traktować Perlage. Dzięki zastosowaniu innowacyjnej metody nasycania wody naturalnym dwutlenkiem węgla uzyskano efekt musowania. Woda Perlage zaliczana jest do najlepszych wód świata i polecana przez sommelierów i szefów kuchni.

Wody Perlage oraz Cisowianka Silnie Gazowana i Niegazowana w eleganckich szklanych butelkach o pojemności 0,3 i 0,7 litra są idealną propozycją dla restauracji oraz wspaniałymi towarzyszkami przyjęć i spotkań przy stole. Natomiast Perlage w puszcze, jedyna taka na rynku polskim, 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 otrzymują zawsze taką samą najwyższej klasy wodę.

Promocja Marki

Jedną z cech wyróżniających Cisowiankę jest niestandardowo prowadzona kampania marketingowa i PR-owa. Firma uważnie śledzi ogólnosiątkowe trendy, a także zmiany w świadomości konsumentów. Dlatego też w swojej komunikacji wychodzi poza schematy dotyczące wody.

Ważnym elementem w budowaniu wizerunku marki jest jej wrażliwość i zaangażowanie społeczne. Od stycznia 2016 roku Polskie Źródła, właściciel marki Cisowianka, wspierają UNICEF w realizacji ich programów wodnych, które mają na celu zwiększenie dostępu do sprawdzonych źródeł wody pitnej w najbardziej zagrożonych regionach świata oraz w miejscach katastrof humanitarnych. Ogromna część działań promocyjnych związanych z marką premium – Perlage skupia się wokół słynnego wyścigu Mille Miglia, którego Perlage (jako pierwsza polska marka w historii) jest sponsorem głównym. Perlage i Mille Miglia posiadają wiele cech wspólnych – prestiż, wyjątkową jakość, poszanowanie tradycji i dużą popularność. Dlatego obopólna chęć do współpracy obu tych marek jest bardzo naturalna.

Od 2014 roku marka prowadzi własną kampanię społeczną – „Cisowianka. Gotujmy zdrowo – mniej soli”, która ma na celu zwrócenie uwagi Polaków na nadmierne spoży-



TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- Perlage dostępna jest praktycznie w każdej szerokości geograficznej: od Wenezueli poprzez kraje europejskie i arabskie aż do Japonii i Korei. Perlage można się napić zarówno w paryskim Colette, jak i w jednej z restauracji przy Kanale Panamskim.
- Perlage jest nie tylko pierwszym w historii legendarnego Mille Miglia sponsorem głównym z Polski, lecz także wystawi do wyścigu swój „Perlage Team”, który pojedzie Astonem Martinem z 1952 roku – tym samym, który grał z słynnych „Ptakach” Hitchcocka.
- Dzięki współpracy Cisowianki i UNICEF-u zakupionych zostanie ponad 120 pomp wodnych, które zmienią życie całych społeczności w najbardziej zagrożonych regionach świata.



cie soli oraz zachęcenie do dokonywania świadomych, prozdrowotnych wyborów. Kampania udowadnia, że bez soli jedzenie może być nie tylko zdrowe, lecz także bardzo smaczne.

Ponieważ Cisowianka Perlage to idealna woda towarzysząca spotkaniom przy stole, idealnie pasująca do praktycznie wszystkich dań i win, działania promocyjne marki również skupiają się na tych tematach. Od prawie dwóch lat, w koncepcie restauracyjnej 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.

2001 Zmiana wyglądu opakowań na zgodny ze światowymi trendami.

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 oraz w Grande Epicierie w Paryżu.

2015 Podpisanie umowy o współpracy z UNICEF-em.

2015 Decyzja organizatorów wyścigu Mille Miglia o przyznaniu Perlage tytułu sponsora głównego.