

CISOWIANKA®

Od ponad 40 lat Cisowianka butelkowana jest u źródła należącego do pokładów wód nałęczowskich, w okolicy słynnego uzdrowiska, w jednym z najnowocześniejszych zakładów w Europie. Podstawą filozofii działania producenta – firmy Nałęczów Zdrój – jest zachowanie naturalności i pierwotnej czystości wody.



Kontekst rynkowy

Rynek wód mineralnych w Polsce to jeden z najdynamiczniej rozwijających się sektorów branży spożywczej. Cisowianka od lat jest jego liderem i z roku na rok umacnia swoją pozycję, ciesząc się niesłabnącym zaufaniem konsumentów.

Jako Cisowianki Perlage – woda idealnie odpowiadająca potrzebom restauracji – jest silnym graczem w kanale HoReCa. Jej obecność coraz silniej widać także na rynkach zagranicznych; od kilku lat dostępna jest pod każdą szerokością geograficzną – od Wenezueli, poprzez kraje europejskie i kraje arabskie, aż po Japonię i Koreę. Cisowianki Perlage można napić się w restauracjach z gwiazdkami Michelin, w paryskim Colette Water Bar czy w restauracjach w pobliżu Kanalu Panamskiego.

Oferta

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

l, poprzez sportową wersję PET 0,7 l i butelki szklane, po puszkę dedykowaną linii Perlage. Moja Pierwsza Cisowianka to z kolei woda dla dzieci, dostępna w specjalnie zaprojektowanych małych butelkach.

Wysoka specjalizacja zakładu butelkującego, zajmującego się wyłącznie wodą, pozwala na zachowanie jej naturalnych właściwości i niezmiennych parametrów. Niska zawartość sodu sprawia, że Cisowianka nadaje się na każdą okazję: trening sportowy, dzień w pracy, szkole czy przedszkolu, elegancką kolację dla rodziny lub przyjaciół.

Cisowianka Perlage stanowi odrębną kategorię – dzięki zastosowaniu innowacyjnej technologii nasycania wody naturalnym dwutlenkiem węgla uzyskano efekt gazowania podobny do tego, jaki obserwujemy w doskonałych winach musujących. Perlage zaliczana jest do najlepszych wód świata i polecana przez sommelierów i szefów kuchni. Wersja gazowana i niegazowana dostępna jest w eleganckich szklanych butelkach o pojemności 0,3 i 0,7 l. Wersja Perlage w puszcze to z kolei propo-

zycja dla tych, którzy cenią sobie jednocześnie wysoką jakość i wygodę.

Osiągnięcia

Cisowianka to marka, którą konsumenci od lat darzą zaufaniem. Według badań przeprowadzonych przez agencję Millward Brown wybiera ją co piąty Polak, a ponad połowa badanych poleca ją swoim znajomym. Godło Superbrands 2022 jest już jedenastym dla Cisowianki. Rosnąca popularność i niesłabnące zaufanie – to ogromny sukces marki.

Cisowianka jest doceniana nie tylko przez konsumentów, ale także przez specjalistów, i w wielu rynkowych rankingach uznawana za jedną z najsilniejszych marek w ogólnej kategorii napojów w Polsce.

Marka i jej właściciel – Nałęczów Zdrój SA (dawniej ZL Nałęczów Zdrój) – otrzymują nagrody również poza granicami kraju. W 2016 roku Nałęczów Zdrój znalazł się na liście tysięcy najbardziej obiecujących przedsiębiorstw Unii Europejskiej, przygotowanej przez specja-



listów London Stock Exchange. Wśród międzynarodowych trofeów marki są nagrody dla eksportowej marki Perlage: Superior Taste Award, Gold Taste Award czy dyplom Gourmet Waters International Contest AVPA. O jej ogromnym sukcesie świadczy także fakt, że przez 5 lat – jako pierwsza polska marka w historii – była oficjalnym sponsorem głównym legendarnego wyścigu historycznych samochodów Mille Miglia.

Cisowianka stara się wychodzić poza schematy dotyczące wody i na bieżąco śledzić ogólnoswiatowe trendy oraz zmiany w świadomości konsumentów. Angażuje się również w działania na rzecz swojego regionu. Na przełomie 2017 i 2018 roku Nałęczów Zdrój SA, właściciel marki, zakupił perłę Nałęczowskiego Parku Zdrojowego – Pałac Małachowskich, o który zamierza zadbać w duchu najlepszych tradycji uzdrowiskowych. Cisowianka od początku swojego istnienia była też marką wrażliwą społecznie. Początkowo działała wyłącznie lokalnie, ale w miarę rozwoju firmy rozszerzyła zasięg akcji pomocowych na cały kraj, a także zaczęła wspomagać działania międzynarodowe: od 2008 roku wspólnie z Polską Akcją Humanitarną, wspomaga budowę studni wodnych w Sudanie, a w roku 2016 nawiązała wspól-

pracę z UNICEF. Wspólna kampania z UNICEF, której celem jest zwiększenie dostępu do bezpiecznej wody pitnej dla dzieci z najbardziej ubogich regionów świata, wystartowała ponownie w 2018 roku. Wsparciu finansowemu towarzyszyła akcja informacyjna o trudnościach z dostępem do czystej wody pitnej w niektórych regionach świata i zagrożeniach z tym związanych.

Promocja marki

CISOWIANKA to marka promująca zdrowy i aktywny tryb życia. Od wielu lat marka jest oficjalnym partnerem największych wydarzeń sportowych w kraju, takich jak Tour de Pologne, Cisowianka Mazovia MTB Marathon i kilkudziesięciu innych imprez na terenie całego kraju. Cisowianka Perlage to także woda towarzysząca spotkaniom przy stole, dlatego działania promocyjne marki związane są z gastronomią najwyższej klasy. Od prawie pięciu lat w koncepcie restauracyjnym Cisowianki – Water&Wine – odbywają się spotkania w ramach Perlage Tasting Club. PTC to program cyklicznych spotkań szkoleniowych, organizowanych przez Cisowiankę dla partnerów z rynku HoReCa, skierowany do osób, które chcą poszerzyć swoją wiedzę na temat różnorod-



HISTORIA MARKI

1979 Powstaje marka Cisowianka.

1999 Rusza firma Nałęczów Zdrój i rozpoczyna się modernizacja zakładu.

2009 Do sprzedaży wchodzi Cisowianka Perlage.

2012 Marka wprowadza na rynek pierwszą w Polsce wodę w puszcze.

2013 Startuje kampania promocyjna Cisowianki z udziałem Moniki Bellucci.

2014 Perlage wchodzi do menu Colette Water Bar i Grande Epicerie w Paryżu.

2015 Marka rozpoczyna współpracę z UNICEF.

2016 Perlage zostaje oficjalnym sponsorem głównym Mille Miglia.

TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

Nazwa marki pochodzi od wymyślonego przez Stefana Żeromskiego i opisanego w książce „Ludzie bezdomni” uzdrowiska „Cisy”.

12°C

– w takiej temperaturze, tożsamej z temperaturą wody w źródle w głębi ziemi, najlepiej smakuje Cisowianka Perlage.



ności i smaków wód butelkowanych oraz prawidłowego doboru wody do win i dań.

Od 2019 roku Perlage jest również sponsorem międzynarodowego konkursu The Best Chef Awards. W 2020 roku była partnerem wirtualnej gali, a w roku 2021 podjęła się strategicznej współpracy, uzyskując tytuł partnera głównego całego wydarzenia, na które składają się między innymi nagrody The Best Chef Award, cykl podróży kulinarnych Food Mission 2021, panele dyskusyjne Area Talks czy interdyscyplinarna konferencja łącząca świat nauki i gastronomii Food Meets Science.

www.cisowianka.pl