

ŻOŁĄDKOWA[®] de Luxe

Żołądkowa de Luxe to wódka o wyjątkowo łagodnym smaku, który zawdzięcza zastosowaniu specjalnej Receptury Łagodnego Smaku – dokładnej sześciofazowej destylacji oraz krystalicznie czystej wody głębinowej. Marka Żołądkowa de Luxe została doceniona przez konsumentów, czego dowodem jest wiele nagród, jakie zostały jej przyznane za smak. Od kwietnia 2018 r. dostępna jest w nowoczesnej, smukłej butelce oraz z lepszym, jeszcze bardziej łagodnym smakiem. Od 2016 r. na półkach sklepowych znajduje się również wariant – Żołądkowa de Luxe z Pieprzem.

ŁAGODNA

WÓDKA CZYSTA
ŻOŁĄDKOWA[®]
de Luxe

TRADYCJA LAGODNOŚCI

500 ml 40% vol.

PRODUCED IN POLAND

NOWA RECEPTURA & NOWA BUTELKA

*Nowa łagodna receptura
6-fazowa destylacja
Woda głębinowa*

www.pijpowaiedzicznie.pl

RECEPTURA ŁAGODNEGO
SMAKU

ŻOŁĄDKOWA ŁĄCZY

Kontekst rynkowy

Napoje spirytusowe to drugi największy segment polskiego rynku alkoholi – w ciągu roku sięga po nie aż 88 proc. dorosłych Polaków. Wódka Żołądkowa de Luxe jest produkowana przez Stock Polska. Firma od 2007 r. jest częścią Stock Spirits Group, czołowego producenta wódki w Polsce, który zainwestował w kraju w nowoczesne zakłady produkcyjne. Właśnie w 2007 r. producent wprowadził do sprzedaży pierwszą polską markę wódki czystej w segmencie „mainstream”, Żołądkową de Luxe, jako rozszerzenie marki Żołądkowa Gorzka, która produkowana jest od 1950 r. Produkt szybko podbił serca konsumentów, czego dowodem są liczne nagrody i wyróżnienia przyznawane marce w polskich i międzynarodowych konkursach branżowych. Dziś Żołądkowa de Luxe jest kluczowym produktem w portfolio tej grupy.

Oferta

Wódka Żołądkowa de Luxe zawiera 40 proc. alkoholu, a od 2018 r. – dzięki kompozycji naturalnych, starannie wyselekcjonowanych zbóż poddanych dokładnej sześciofazowej destylacji i zastosowaniu krystalicznej wody z pokładów głębinowych – jest wyjątkowo łagodna w smaku. Od kwietnia dostępna jest w nowoczesnym opakowaniu, które oddaje wszystkie cechy zamkniętego w nim trunku – czysty charakter oraz doskonałą jakość, którą doceniają polscy konsumenci. Z kolei jej wariant – Żołądkowa de Luxe z Pieprzem – to wyjątkowe połączenie doskonałej czystej wódki z naturalnym czarnym pieprzem. Aromatyczna intensywność owoców *Piper nigrum* wzbogaca neutralny smak i dodaje wytrawności, wyrazistości i mocy. Jak żadna inna czysta wódka podkreśla smak grillowanych potraw.

Osiągnięcia

W ciągu niespełna dwóch lat od pojawienia się na sklepowych półkach marka Żołądkowa de Luxe stała się liderem na rynku. Zdobyła uznanie konsumentów za neutralny smak i łagodny, delikatny zapach. Otrzymała ponadto wiele prestiżowych międzynarodowych nagród za smak, m.in. złoty medal

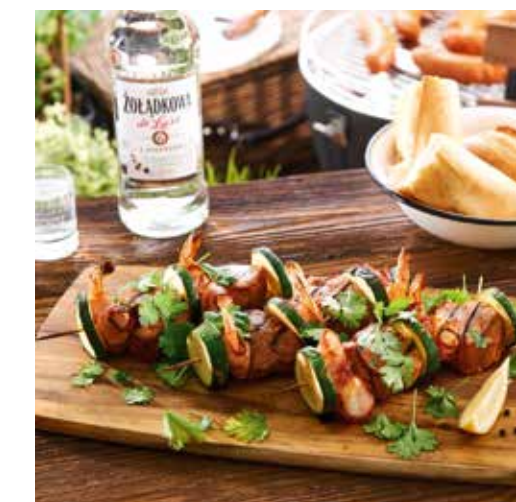


w konkursie Monde Selection w Brukseli w 2014 r. i dwie złote gwiazdki z International Taste & Quality Institute (ITQI), również w 2014 r., czy srebro w konkursie International Spirits Challenge 2015.

Promocja marki

Rodzina Żołądkowej to marka z tradycjami, której ufają konsumenci. Aż ¾ Polaków zna Żołądkową de Luxe, połowa dorosłych jej próbowała, a 11 proc. regularnie ją kupuje. Aby utrzymać ten dobry wynik, marka w 2018 r. rusza z nową kampanią wizerunkową, której towarzyszy relaunch Żołądkowej de Luxe w nowym opakowaniu i z ulepszoną recepturą wódki. Smukła butelka dobrze leży w dłoni i podkreśla wysoką jakość trunku. Nowoczesna i minimalistyczna etykieta zawierająca godło Receptury Łagodnego Smaku. Kampania ma na celu utrwalenie wizerunku marki jako ulubionej wódki Polaków, także poprzez graficzne wyróżnienie charakterystycznych dla polskiego języka znaków diakrytycznych oraz wprowadzenie nowej platformy komunikacyjnej „Żołądkowa Łączy”.

Z kolei w 2016 r., kiedy Stock Polska postanowił wprowadzić nowy produkt – Żołądkową de Luxe z Pieprzem, marka wyróżniła się na konkurencyjnym rynku strategią dotarcia do konsumentów. Poprzez działania marketingowe zmieniła przyzwyczajenia odbiorców i stworzyła nową okazję do konsumpcji wódki – podczas grilla, który kojarzony był przede wszystkim z piwem. W tym celu zainicjowała tworzenie Grillowej Mapy Polski (konkurs dla konsumentów, by pokazali, jak grillują, i co kulinarnie – i nie tylko – wyróżnia ich na tle innych pozostałych regionów) oraz powołała ambasadora marki Tomasza Jakubiaka, za pośrednictwem którego



TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Już w 2009 r. – czyli dwa lata od premiery na rynku – marka de Luxe została mianowana najlepszą wódką świata o korzeniach wschodnioeuropejskich. Jurorzy londyńskiego konkursu Vodka Masters, organizowanego dorocznie przez „Spirits Business Magazine”, docenili starania producenta de Luxe, przyznając mu tytuł mistrzowski. Złoto powędrowało do Lublina przede wszystkim za niekwestionowany smak de Luxe oraz znakomity sukces rynkowy.

10,3

Tyle litrów czystego alkoholu wypija co roku statystyczny Polak. Najchętniej pijemy piwo, wódkę i wino.

Źródło: Badanie „Tackling Harmful Alcohol Use: Economics and Public Health Policy” sporządzone w 2015 r. przez OECD (Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju) w 34 krajach członkowskich tej organizacji.

edukowała o socjalnej wartości grilla i ujawniała połączenia Żołądkowej de Luxe z Pieprzem z konsumpcją grillową.

www.stock-polska.pl/brands



HISTORIA MARKI

- 2007** Powstała Żołądkowa de Luxe – i od razu zyskała miano najlepszej wódki czystej w Polsce w ogólnopolskim badaniu.
- 2010** Żołądkowa de Luxe zwyciężcą rankingu Klubu Milionerów – jako najszybciej rosnąca marka wódki na świecie.
- 2015** Żołądkowa de Luxe w nowym opakowaniu.
- 2016** Stock Polska wprowadził nowy wariant tej marki – Żołądkową de Luxe z Pieprzem.
- 2018** Relaunch marki Żołądkowa de Luxe. Wprowadzenie nowej, minimalistycznej butelki

i ulepszono, jeszcze łagodniejszego smaku oraz nowej platformy komunikacyjnej „Żołądkowa Łączy”.