

CISOWIANKA®

CISOWIANKA to najpopularniejsza marka wody mineralnej w Polsce, ceniona za wysoką jakość i walory smakowe. Od ponad 40 lat Cisowianka butelkowana jest u źródła należącego do pokładów wód nałęczowskich, w okolicy słynnego uzdrowiska. Zakład butelkujący Cisowiankę – Nałęczów Zdrój SA – jest jednym z najnowocześniejszych na świecie. Podstawą filozofii działania firmy 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 Cisowianka Perlage – woda idealnie odpowiadająca potrzebom restauracji – jest silnym graczem w kanale HoReCa. Obecność marki coraz silniej widać także na rynkach zagranicznych. Od kilku lat eksportowa marka Perlage dostępna jest w wielu miejscach na świecie, w tym w restauracjach z gwiazdkami Michelin. Perlage jest oferowana praktycznie pod każdą szerokością geograficzną, od Wenezueli poprzez kraje europejskie i kraje arabskie, aż po Japonię i Koreę. Perlage można się napić zarówno w paryskim Colette Water Bar, jak i w restauracjach w pobliżu Kanału 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, butelki szklane – po puszkę dedykowaną linii Perlage. Moja

Pierwsza Cisowianka to woda dla dzieci. Dostępna jest w specjalnie zaprojektowanych, małych butelkach z etykietami stworzonymi przez artystę grafika. Wysoka specjalizacja zakładu butelkującego, zajmującego się wyłącznie wodą, pozwala na zachowanie niezmiennych parametrów i naturalnych właściwości. Niska zawartość sodu sprawia, że woda ta nadaje się na każdą okazję – od treningu sportowego, poprzez dzień w pracy, szkole czy przedszkolu, aż po elegancką kolację dla rodziny lub przyjaciół. Jako odrębną kategorię należy traktować Cisowiankę Perlage. Dzięki zastosowaniu innowacyjnej technologii nasycania wody naturalnym dwutlenkiem węgla uzyskano efekt musowania podobny do doskonałych win 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, jedyna taka na rynku polskim, to z kolei propozycja 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, co piąty Polak wybiera właśnie Cisowiankę, a ponad połowa badanych poleca ją swoim znajomym. Rosnąca popularność i niesłabnące zaufanie – to ogromny sukces marki. CISOWIANKA jest doceniana nie tylko przez konsumentów, ale także przez specjalistów. W wielu rynkowych rankingach uznawana jest za jedną z najsilniejszych marek w ogólnej kategorii napojów w Polsce. Ostatnie godło Superbrands jest już dziesiątym dla CISOWIANKI. CISOWIANKA i jej właściciel – Nałęczów Zdrój SA (dawniej ZL Nałęczów Zdrój) są doceniani również poza granicami kraju. W 2016 r. Nałęczów Zdrój znalazł się na liście tysięcy najbardziej obiecujących przedsiębiorstw Unii Europejskiej, przygotowanej przez specjalistów London Stock Exchange. Międzynarodowe trofea marki uzupełniają nagrody dla eksportowej marki Perlage: Superior, Taste Award 2016, Gold Taste Award 2016 (Fine Water Tasting Competition, Chiny) czy dyplom Gourmet Waters International Contest AVPA – Paryż 2017. O ogromnym sukcesie eksportowej marki Perlage świadczy także to, że już od 4 lat, jako pierwsza pol-



ska marka w historii jest oficjalnym sponsorem głównym międzynarodowej legendy – wyścigu historycznych samochodów Mille Miglia. Kolejny rok z rzędu błękitne butelki i puszki z logo Perlage będą obecne na całej trasie „najpiękniejszego wyścigu świata” po drogach północnych Włoch. CISOWIANKA stara się wyjść poza schematy dotyczące wody i na bieżąco śledzi ogólnoswiatowe trendy oraz zmiany w świadomości konsumentów. Mocno angażuje się również w działania na rzecz swojego rodzimego regionu. Z tego powodu na przełomie 2017 i 2018 r. Nałęczów Zdrój SA, właściciel marki, zakupił np. perłę Nałęczowskiego Parku Zdrojowego – Pałac Małachowskich, o który zamierza zadbać w duchu najlepszych tradycji uzdrowiskowych. CISOWIANKA od początku swojego istnienia była marką wrażliwą społecznie. Początkowo działała wyłącznie lokalnie, lecz w miarę rozwoju firmy rozszerzyła zasięg akcji pomocowych na cały kraj, a nawet zaczęła wspomagać działania międzynarodowe. Od 2008 roku, CISOWIANKA wspólnie z Polską Akcją Humanitarną, wspomaga budowę studni wodnych w Sudanie. W 2016 roku nawiązała współpracę z UNICEF w celu zwiększenia dostępu do bezpiecznej wody pitnej dla dzieci z najbardziej zagrożonych regionów świata. Wspólna kampania z UNICEF wystartowała ponownie w 2018 roku. Wsparciu finansowemu towarzyszyła akcja informacyjna o trudnościach w dostępie 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. Ogromna część działań promocyjnych związanych z marką premium – Perlage – ponownie skupiona będzie wokół słynnego wyścigu Mille Miglia, którego Perlage jest długoterminowym sponsorem głównym. Perlage i Mille Miglia mają wiele cech wspólnych: pre-

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Perlage najlepiej smakuje podana w temperaturze 12°C – taką właśnie temperaturę utrzymuje w źródle w głębi ziemi.

100 000

Tyle butelek mineralnej wody Cisowianka trafiło do ponad 50 placówek medycznych na terenie województw lubelskiego i mazowieckiego. W ten sposób spółka Nałęczów Zdrój włączyła się w walkę z epidemią koronawirusa.

stiż, wyjątkową jakość, poszanowanie tradycji i dużą popularność, w związku z tym ich chęć współpracy wydaje się tak naturalna. Cisowianka Perlage to woda towarzysząca spotkaniom przy stole. Dlatego działania promocyjne marki związane są również 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 marki z rynku HoReCa – skierowany do osób, które chcą poszerzyć swoją wiedzę na temat różnorodności i smaków wód butelkowanych oraz prawidłowego doboru wody do win i dań.

www.cisowianka.pl



HISTORIA MARKI

1979 Powstaje marka CISOWIANKA.

1999 Rusza firma Nałęczów Zdrój – początek modernizacji zakładu.

2009 Cisowianka Perlage pojawia się w sprzedaży.

2012 Na rynek wprowadzono pierwszą w Polsce wodę w puszcze.

2013 Start kampanii z Moniką Bellucci.

2014 Perlage staje się dostępna w Colette Water Bar i w Grande Epicerie w Paryżu.

2015 Marka rozpoczyna współpracę z UNICEF.

2016 Perlage zostaje oficjalnym sponsorem głównym Mille Miglia.

2017 CISOWIANKA jest trzecią najsilniejszą marką napojów bezalkoholowych w Polsce.

2018 CISOWIANKA po raz trzeci zostaje oficjalną wodą Tour de Pologne.

2019 Marka obchodzi 40-lecie istnienia.

2020 Startuje nowa seria „Perlage Stories” by Jarosław Kuźniar.