

Cisowianka.



■ Спокойная, чистая, не загрязненная индустриальной цивилизацией местность, богатая месторождениями целебных природных веществ и благотворным климатом.

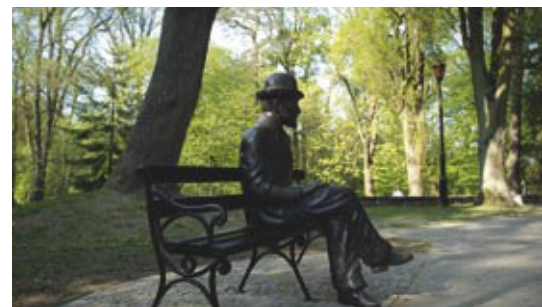
На территории Польши насчитывается свыше 40 гостеприимных и изящных курортов, где можно быстро восстановить свое физическое и душевное состояние.

Каждый курорт специализируется на лечении отдельных расстройств: минеральные источники Наленчува известны лечением заболеваний сердца и кровеносной системы.

Целебные свойства этих вод были обнаружены в далеком 1817 году.

В конце XIX века городок Наленчув был излюбленным местом самых известных польских писателей, среди которых Генрих Сенкевич, Болеслав Прус, Стефан Жеромский.

Именно в этом городке писатель Стефан Жеромский написал роман «История греха».



С чрезвычайно красивыми виллами, построенными в закопанском и альпийском стиле, Наленчув называют городом-садом.

Центр городка составляет обширный и прекраснейший парк, с большим разнообразием деревьев и различных памятников, среди которых дворец Малаховских, построенный в стиле классицизма.

В сердце парка находится очаровательное озеро.

Благодаря климату и минеральным водным источникам Наленчув ежегодно привлекает все больше посетителей.

Терапевтические свойства местной природной минеральной воды доступны всем благодаря воде, которая продается под названием «Cisowianka», химический состав которой сравним с родниковой водой.



Cisowianka:

Стремительная эволюция марки

■ На протяжении последних лет все ведущие польские производители бутилированной воды стали свидетелями быстрого расширения этого сегмента рынка.

Компания Naikczyw Zdroj со своей маркой «Cisowianka» является одной из главных «звезд» этого успеха.

Компанию на самом деле можно назвать одним из крупнейших разлильщиков минеральной воды в Польше, а воду «Cisowianka» – одной из трех основных марок бутилированной воды, представленных на рынке.

Naikczyw Zdroj продемонстрировала твердую нацеленность на рост, которая позволила ей занять одну из ведущих позиций на рынке бутилированной воды.

Частью этого процесса расширения стали инвестиции в 2008 году, направленные на строительство нового и современного предприятия с

пятью новыми разливочными линиями; новый промышленный полюс, который, кроме того, снабжен наисовременнейшим центром логистики и дистрибуции.

Инвестиции способны гарантировать компании производство свыше 220 миллионов бутылок воды в год.

На двух из этих современных производственных линий установлено оборудование SMI.

Говоря более точно, на двух линиях мощностью 20 тыс. бутылок в час установлены две растягивающие выдувные машины Smiform, модель SR12, и два упаковщика в пленку Smiflexi SK600F по упаковыванию только в пленку бутылок емкостью 1,5 литра.

Установка машин, которая состоялась в 2008 году на первой линии и в 2009 году – на второй, позволила компании реагировать на возрастающий



спрос в бутилированной воде на польском рынке.

Этот фактор поспособствовал росту популярности марки «Cisowianka» как в Польше, так и за ее пределами.

Достаточно сказать, что в 2004 году доля компании на рынке упаковок малого размера составляла 2,4%, тогда как в 2008 году эти показатели выросли в три раза; в том же году объемы продаж увеличились в четыре раза.

29 i 30 sierpnia Cisowianka zaprasza na lotnicze emocje AirShow 2009 w Radomiu

Mój Sekret...

Дизайн:

упаковка, подчеркивающая «прозрачность» содержимого



■ Обе производственные линии, на которых установлены две упаковочные машины Smiform SR12, предназначены для производства бутылок из ПЭТ емкостью 1,5 литра при скорости 20 тыс. бутылок в час. Упаковывание бутылок в конце производственной линии доверено двум упаковщикам только в пленку Smiflexi SK 600F в формате 3x2. Бутылка, обрабатываемая на этих разливающих линиях, отличается прозрачной пробкой: Cisowianka действительно первая продаваемая в Польше минеральная вода с таким типом пробки.

Но прозрачная пробка – не единственный отличительный элемент.

В целом, можно утверждать, что весь дизайн упаковки 1,5-литровых бутылок был задуман для того, чтобы различными способами заставить конечного потребителя почувствовать более важное качество этой природной воды – «прозрачность».

Кроме того, Cisowianka использует инновационные этикетки такой цветовой гаммы и компоновки, которые значительно улучшают графический облик, делая этикетки более яркими и удобочитаемыми.

Сама бутылка воды Cisowianka – емкость с простым дизайном и удобной ручкой – прекрасно синтезирует выдающуюся характеристику своего содержимого: «прозрачность и чистота».

Вторичная упаковка, напротив, отличается простотой и практичностью.

Cisowianka выбрала единый формат: конфигурация 3x2 только в пленку, являющаяся оптимальным решением упаковки для бутылок емкостью 1,5 литра.



Жизненная сила воды: Cisowianka и гуманитарные проекты

■ Перед лицом растущей популярности своей природной воды компания Naikczyw Zdroj не остается равнодушной к одной из главных проблем современного мира – «жизненная сила воды», воспринимаемая как фундаментальный элемент для жизни.

Чтобы бороться с проблемой постепенного истощения водных ресурсов в мире, Cisowianka решила со своей стороны поддержать гуманитарную организацию «РАН» (Польское гуманитарное движение) посредством важных инициатив, которые повышают осведомленность и ответственность общественности и создают предпосылки для обучения культуре потребления.

Прошел уже год с начала инициативы «Вода для Судана», начатой компанией Cisowianka в сотрудничестве с

организацией «РАН».

Речь идет о проекте, нацеленном на увеличение наличия питьевой воды в различных проблемных районах планеты.

Этот проект является также частью более обширной инициативы «Кампания за воду».

Благодаря такой инициативе с конца 2008 года польские потребители могут найти в точках продажи бутылки воды Cisowianka емкостью 0,33 литра, специально выпущенные для этой кампании; в сравнении с традиционными емкостями, эти бутылки отличаются африканскими мотивами на этикетке и логотипом «РАН».

Доходы от продажи «маленькой Cisowianka» полностью направляются на финансирование строительства колодцев в Судане.



Через год после начала инициативы было собрано достаточно средств для строительства четырех колодцев, благодаря которым часть жителей южного Судана будет иметь доступ к питьевой воде.

Первые колодцы будут открыты в марте 2010 году, а в последующие месяцы начнут работать еще 11 колодцев.

Кампанию «Вода для Судана» поддержали самые влиятельные средства массовой информации, среди которых TVN и National Geographic Channel.

В нее вовлечены видные деятели культуры Польши, как, например, актриса Агата Бузек, которая стала лицом рекламных роликов в поддержку инициативы.

