



SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft.

Bicske, 2016. május 26.

Sajtóközlemény

Megújult a SPAR Verde ásványvíz

Újragondolta a SPAR a Verde ásványvíz márkáját és elindította a „SPAR Verde – Életed része” kampányt. A polcokon új címkével megjelenő, az egészséges életmódra törekvő vásárlóinak szánt sajátmárkás termék a vállalatcsoport tervei szerint középtávon a vezető ásványvizek közé tartozik majd.

Új termékcímkével és intenzív reklámkampánnyal pozicionálja újra a vállalatcsoporton belül kiemelt jelentőségű Verde ásványvíz márkáját a SPAR. A kampány szlogenje: „SPAR Verde – Életed része” azt fejezi ki, hogy az egészséges élethez milyen fontos és értékes a minőségi ásványvíz fogyasztása. A SPAR legfrissebb szórólapjának oldalain már a külsőleg megújult termék köszön vissza.

„Középtávú célunk, hogy a vezető ásványvizek között szerepeljen a piaci versenyben a sajátmárkás ásványvizünk. Erre meg is van minden esély, hiszen a palackokba kerülő víz a Somogy-Tolnai dombság szívében – Fonyód és Kaposvár között – lévő Somogyvár 15 ezer éve érintetlen vidékéről származik, a Pannon vízadó rétegből” – mondta Maczelka Márk, a SPAR Magyarország kommunikációs vezetője. Az utolsó jégkorszak idején összegyűlt, majd a külvilágtól tökéletesen elzárt rétegből nyert SPAR Verde ásványvízben minden megvan, amelyre szervezetünknek a nap folyamán szüksége lehet. Gazdag ásványi anyag és nyomelem tartalma mellé kitűnő íz párosul, mindez természetes vízben oldva. A különösen kellemes szénsavmentes változat pH-értéke 7,4. A SPAR Verde ásványvíz folyamatosan kedvező áron érhető el, ugyanakkor mind minőségében, mind megjelenésében felveszi a versenyt a magasabb árfekvésű, márkázott ásványvizekkel is.

A SPAR Verde kétféle - 1,5 literes és 7,5 deciliteres - kiserelésben kerül az üzletekbe. A nyári forróságban sokkal praktikusabb a 7,5 deciliteres palack a szokványos fél literesnél, hiszen akár utazás, akár ügyintézés, vagy éppen sportolás közben gyakran megesik, hogy kevés fél liter víz. Ráadásul a 7,5 deciliteres palack formatervezésénél az esztétikus és sportos megjelenésen túl fontos szempont volt a praktikuság: ez még éppen az a méret, amely könnyedén elfér retikülben, aktatáskában vagy épp egy sporttáskában. A palack tervezésekor az is fontos szempont volt, hogy a legmegfelelőbb helyen legyen a körbefutó mélyedés,

amely csak annyira mély, hogy kényelmes fogást tegyen lehetővé, de ne csökkentse az úrtartalmat.

A kreatív koncepció kulcsszavai a sportosság, a lendület, a napfény, a természet. Ennek megfelelően az új címkével polcokra kerülő termék elsődleges célcsoportja az egészségtudatos, sportos vásárlóréteg. Ezért is támogatta a SPAR a már hagyományossá vált SPAR Budapest Maraton® Fesztivál mellett a szekszárdi Borvidék Félmaratonot is május elején, a további tervekben pedig több futó- és gyalogló rendezvény, valamint velencei túúszás, túratriatlon, sőt edzőtermek támogatása is szerepel. A futófesztiválokon találkozhatunk a népszerű SPAR áruházvezetővel, Iváncsics Zsolttal is, aki szokás szerint nemes cél érdekében bizonyítja: ha együtt mozdulnak az emberek, nincs lehetetlen. Zolt a SPAR futónagyköveteként a 2016-os évben is nehéz sorsú gyermekeket támogat futásával, és hívja fel a figyelmet a segítségnyújtás fontosságára. Minden Zolt részvételével zajló eseményen valamilyen formában a SPAR Verde ásványvíz is megjelenést kap.

A SPAR megújult ásványvizének népszerűsítésére országos reklámkampányt és nyereményjátékot indított. A reklámkampány elemei: city light plakátok, image hirdetések, épülethálók, rádiós és közterületi megjelenések, kereskedelmi televíziók műsorai (pl. Kismenők). A kampány része egy nyereményjáték is: tizenöt új SPAR Verde címke összegyűjtésével például Fiat Tipót lehet nyerni a decemberig tartó játék fődíjaként.

További felvilágosítás:

Maczelka Márk, kommunikációs vezető

SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft. · 2060, Bicske, SPAR út
Mobil: +36 20 823 7891 · E-mail: maczelka.mark@spar.hu