



**aqua  
viva**

## Tržište

Potrošači su svuda u svetu, brinući o svom zdravlju, sve zahtevniji u traganju za prirodnim proizvodima poznatog porekla. Otuda ne čudi što je tržište negazirane flaširane vode u stalnom porastu.

Svaka druga flaša mineralne vode koja se proda u Srbiji izašla je iz fabrike Knjaz Miloš. Kompanija Knjaz Miloš apsolutni je lider u domenu mineralnih voda i zauzima 48 odsto udela na tržištu Srbije.

Na srpskom tržištu gazirane vode još imaju prednost, ali negazirane flaširane vode iz godine u godinu tu prednost smanjuju. Trenutni odnos je 64:36 odsto u korist gaziranih voda.

Aqua Viva je u ovom trenutku negazirana flaširana voda s najvećim tržišnim potencijalom u tom domenu. Tokom 2006. godine ovaj brend zabeležio je dosad najveći rast i jedini je brend koji je tokom 2006. godine rastao u okviru tržišta negazirane flaširane vode.

## Dostignuća

Aqua Viva se proizvodi u kompaniji Knjaz Miloš, najvećem proizvođaču prirodnih mineralnih voda u Srbiji. Kompanija Knjaz Miloš konstantno osavremenjuje svoju proizvodnju, što je imperativ korporativnog poslovanja. Uvedeni su novi sistemi, investirano je u sve segmente. Dobitnik je sertifikata JUS ISO 9001:2001, SQS ISO 9001:2000, CA sertifikata za Aqua Vivu, Knjaz Miloš i Guaranu. Dobijen je i HACCP sertifikat. Laboratorija kompanije Knjaz Miloš jedna je od najopremljenijih i najsofisticiranijih laboratorija



(ekotoksikološka, mikrobiološka, fizičko-hemijska) u regionu. Kompanija Knjaz Miloš je prvi proizvođač prirodnih mineralnih voda i bezalkoholnih napitaka u Srbiji koji je dobio međunarodni sertifikat ISO 22000. ISO 22000 omogućava plasman proizvoda kompanije Knjaz Miloš na tržišta Evropske unije, na kojima je od 1. januara 2006. godine standard za bezbednost hrane obavezan.

Zahvaljujući ovim kompanijskim dostignućima i svom sastavu, brend Aqua Viva uspeo je, takođe, da osvoji brojne nagrade i priznanja, među kojima su: Milenijumski jubilarni žig Zdrava hrana - Zelena jabuka (2000), zlatna medalja na sajmu u Novom Sadu (2003), veliki šampionski pehar za kvalitet (2004/2005), Prix Promeritus, ICEPEC u Briselu (2004).

## Istorijski

Aqua Viva lansirana je na tržište 1998. godine u samom začetku razvoja tržišta negazirane flaširane vode. Od tada je uspela da se probije na tržištu flaširanih voda i zauzme treću poziciju u Srbiju, leadersko mesto u Beogradu i da osvoji niz međunarodnih i domaćih priznanja.

## Proizvodi/usluge

Aqua Viva je negazirana prirodna mineralna voda koja potiče iz dubinskih izvora s planine Venčac. Zahvaljujući debelim slojevima mermera i granita izvor Aqua Vive zaštićen je od svih spoljašnjih uticaja, a samim tim i od zagađenja. Takođe, ovaj zaštitni sloj mermera prirodni je filter vode na njenom putu do izvora. Mermer je čisti, obogaćuje je mineralima i čini da Aqua Viva ima takav sastav u kojem je idealno izbalansiran odnos minerala, soli i oligoelementa. Upravo ovaj, idealni balans, omogućava da se Aqua Viva pije u neograničenim količinama. Zato se i preporučuje svim kategorijama potrošača – deci, trudnicama, odraslima, osobama trećeg doba, sportistima i rekreativcima.

Novo pakovanje i novi izgled Aqua Vive, koji je predstavljen na tržištu 2006. godine učinio je

da bude još atraktivnija, modernija i poželjnija kod potrošača.

Tržištu je ponuđen različit portfolio pakovanja Aqua Vive – od porodičnog pakovanja od pet litara i manjeg od 1,5 litara, do pakovanja za konzumaciju van kuće od 0,5 l i za konzumaciju tokom sportskih aktivnosti od 0,5 l i 0,75 l sa sportskim čepom. Portfolio za HORECA tržište čine pakovanja od 0,25 l i 0,75 l kao nepovratna ambalaža i pakovanje 0,33 l kao povratna ambalaža.

Zbog svega navedenog, Aqua Viva je brend koji daje pozitivne asocijacije na vitalnost, prirodnost i zdravlje.

## Najnoviji poduhvati

Tokom 2006. godine tržištu je predstavljen novi vizuelni identitet Aqua Vive i to kroz savremenu liniju ambalaže, novi logo i etiketu. Pored ovog vizuelnog identiteta, tržištu je predstavljen i novi proizvod namenjen za konzumaciju van kuće – najviše tokom sportskih i rekreativnih aktivnosti, u pakovanju od 0,75 l sa sportskim čepom.

Trend inovativnosti, započet tokom 2006. godina, razvojem novog identiteta i imidža, nastavlja se i u 2007. godini. Želeći da se kroz inovacije unapredi sam brend, tokom 2007. godine biće važna komunikacija s onim segmentima tržišta koji su dosad nepokriveni adekvatnom ponudom.

Tako će tokom 2007. godine tržištu biti predstavljena voda namenjena deci. Reč je o Aqua

Vivi obogaćenoj voćnim aromama, ali i funkcionalnim dodacima namenjenim deci.

Pored ovog proizvoda, za one malo starije, biće lansirana i nova tzv. aktivna voda, namenjena sportistima, rekreativcima i aktivnim ljudima. Reč je o Aqua Vivi,

obogaćenoj voćnom aromom, ali i funkcionalnim dodacima koji omogućavaju brzu hidrataciju, a samim tim i bolje fizičke i mentalne performanse.

## Promocija

Edukacija potrošača o tome koliko i kako je pravilno piti vodu, kao i promocija sportskog duha,





zahvaljujući saradnji s najpopularnijom srpskom teniserkom Anom Ivanović i jednom od najtrofejnijih domaćih sportskih asocijacija – Vaterpolo savezom Srbije, označili su nov način komuniciranja s potrošačima.

Pred početak Svetske lige u Atini najbolji vaterpolisti Srbije snimili su reklamu za Aqua Vivu. Dejan Savić, Aleksandar Šapić, Danilo Ikodinović, Denis Šefik i Vladimir Vujasinović igrali su odbojku, fudbal, vozili Harley Davidson i, naravno, u bazenu demonstriali veštine zbog kojih su najbolji na svetu.

I u Atini, ali i tokom Evropskog prvenstva koje je u septembru igrano u Beogradu, plavi delfini držali su se glavne poruke iz spota „Možeš više“ i tako ostali na evropskom i svetskom vrhu u vaterpolu.

Pod istim motom i naša najbolja teniserka Ana Ivanović snimila je reklamu za Aqua Vivu i to pred odlazak na turnir u Vimbldon. Ovo je prva reklama koju je Ana snimila u Srbiji, a rekla je da je prihvatila da to bude baš Aqua Viva zato joj je voda zaista omiljeno piće.

Ana Ivanović je u reklami, između ostalog, rekla: „Uživam u tenisu. Od prvog dana. Tenis je za mene samo igra, nešto što stvarno volim da radim i bez čega, u stvari, ne mogu. Nijedan poen nije isti. Svaki donosi nešto novo, nešto interesantnije. Ali, na terenu si od početka do kraja sam i ne može niko da ti pomogne. Kad je izjednačen rezultat, ta borba nije više fizička, koliko mentalna... Moraš da budeš jak. Uvek želiš da pobediš i da se vratiš u taj neki ritam, da opet dobro igraš, da pronađeš dobar put. Fizički i psihički balans u tim trenucima odlučuje. I jedan trenutak može da bude preloman – da se vineš do pobede, ili da potoneš. Nekad je dovoljan samo gutljaj vode. Osetiš kako ti ta voda daje energiju i okrepljuje te, jer si iscrpljen. Voda ti pomaže da se osećaš bolje i da se osvežiš u tom trenutku. Daje ti osećaj da si se odmorio, da si se oporavio i da si spreman da ideš dalje i da nastaviš s borbom i s mečom. Taj

trenutak, kad sednem na klupu i popijem gutljaj vode, daje mi snagu da nastavim s borbom. Pomaže mi da se smirim, da bih mogla ponovo da krenem u akciju. Taj trenutak mi mnogo znači. On vraća volju da nastavim. Ustajući s klupe, osećam da mogu više. Aqua Viva mi u tome pomaže.“

### Vrednosti brenda

U poslednjoj deceniji sve više pažnje pridaje se brizi za zdravlje i sve više govori se o važnosti unošenja dovoljnih količina vode u ljudski organizam. Istraživanja pokazuju da je veliki procenat stanovništva ugrožava svoje zdravlje nedovoljnim unosom tečnosti. Pošto svest potrošača o znača-

proizvoda je prioritetni razvojni cilj. Kompanija Knjaz Miloš radi na permanentnom razvoju kroz uvođenje novih tehnologija, dostizanju svetskog nivoa kvaliteta i bezbednosti proizvoda, osvajajući novih tržišta...

Aqua Viva je blaga i pitka, negazirana mineralna voda potpuno prirodnog ukusa i mirisa. Ovo je visoko kvalitetna voda iza koje stoji velika, uspešna kompanija. Reč je zdravoj vodi s idealno balansiranim odnosom soli, minerala i oligoelemenata. Kvalitet ove vode sačuvan je od spoljnih, loših uticaja. Ona je dar čiste i netaknute prirode.

[www.knjaz.co.yu](http://www.knjaz.co.yu)



ju unošenja zdravih proizvoda sve više raste, ne čudi da potrošnja mineralnih voda beleži godišnji rast od desetak odsto.

Kompanija Knjaz Miloš razvija, proizvodi i plasira na tržište prirodne, zdrave, bezalkoholne napitke, koji potrošačima pružaju vitalnost tokom celog dana. Svi proizvodi kompanije su bezbedni i vrhunskog kvaliteta kako bi zadovoljili očekivanja potrošača i ostali prepoznatljivi i cenjeni na domaćem i svetskom tržištu. Vrhunski kvalitet

### ONO ŠTO NISTE ZNALI

#### Aqua Viva

- Oko 50 odsto rekreativaca započinje svoje vežbanje u fazi kad su već dehidrirali. Dehidracija može da utiče na performanse koje mogu dovesti do povreda.
- Pića koja sadrže kofein, kao što su kola, kafa ili čaj, utiču na gubljenje tečnosti i pospešuju dehidraciju.
- Rekreativci koji piju tečnost mogu da vežbaju čak i do 33 odsto više od onih koji ne piju vodu.
- Aqua Viva sadrži optimalni mineralni kompleks, koji predstavlja idealni balans minerala, soli i oligoelemenata, što omogućava da se Aqua Viva pije u neograničenim količinama. Zato se preporučuje svim kategorijama potrošača.
- Zahvaljujući optimineralnom kompleksu i mogućnosti da se pije u neograničenim količinama, Aqua Viva predstavlja jednu od mineralnih voda koja obezbeđuje najbolju hidrataciju.
- U svetu se godišnje proda oko 150 milijardi litara flaširane vode, ili 75 litara po stanovniku.
- Procenjuje se da bi kod u Srbiji u narednih pet godina potrošnja po stanovniku mogla tek da dostigne 65 litara godišnje, dok prosečan Italijan popije 190 litara flaširane vode godišnje.

