



Warszawa, 8 listopada 2017

Ostoya wprowadza na rynek autorską zimową edycję limitowaną

Z okazji zbliżającego się sezonu świątecznego wódka Ostoya przygotowała dla konsumentów wyjątkową, nową edycję limitowaną tego trunku. Marka oferuje ten sam doskonały smak w unikalnej, granatowej butelce prezentującej nocny krajobraz Bieszczad pokrytych śniegiem. Ostoya w tym eleganckim opakowaniu to świetny pomysł na nietuzinkowy prezent dla miłośników trunków najlepszej jakości. Premiera zimowej edycji wsparta jest kampanią promującą w prasie o zamkniętej dystrybucji oraz reklamą handlową.

Ostoya to polska wódka z kategorii top premium, którą wyróżnia lokalne pochodzenie. Jej jedwabiście gładki smak rodzi się tylko w jednej, lokalnej gorzelni, a surowiec pozyskiwany jest wyłącznie z upraw pochodzących od wybranych rolników z rejonu Bieszczad. Tam bowiem z troską o otaczającą naturę dojrzewają szlachetne, odporne na surowy klimat, polskie odmiany pszenicy, z której wytwarzana jest wódka Ostoya. Wizerunek Bieszczad na każdej butelce podkreśla regionalną naturę produktu.

- *Okres świąteczno-karnawałowy to szczyt sezonu sprzedażowego napojów wysokoprocentowych. Dwa główne cele zakupowe w tym czasie to świąteczne prezenty i celebrowanie nowego roku. Limitowana edycja zimowej butelki wódki Ostoya to oryginalna propozycja odpowiednia na obie te okazje* - komentuje **Karol Krekora, Senior Brand Manager** odpowiedzialny za markę **Ostoya w Wyborowa Pernod Ricard**.

Zaledwie w ciągu 2 lat od pojawienia się marki na rynku, Ostoya aż 11 razy została nagrodzona na międzynarodowych, prestiżowych konkursach. Jury składające się z uznanych ekspertów m.in. z Berlina, Chin czy San Francisco potwierdziło najwyższą jakość wódki Ostoya i doceniło jej unikalny smak, a także design butelki. Marka odnotowuje spektakularne wyniki sprzedażowe z wolumenowym przyrostem na poziomie 29% w ostatnim roku. W tym czasie cały rynek top premium clear wzrósł o 11%*.

* Źródło: *Wyborowa S.A., Pernod Ricard za Nielsen, Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska z Dyskontami (Hipermarkety, Supermarkety, Dyskonty – metoda paragonowa, Sklepy spożywcze, Sklepy winno-cukiernicze, Stacje benzynowe, Kioski), zmiana sprzedaży wolumenowej, skumulowane okresy X 2015 – IX 2016 i X 2016 – IX 2017, kategoria: wódka, segmenty cenowe.

Więcej informacji:

Zuzanna Baranowska
PR Specialist
zuzanna.baranowska@pernod-ricard.com
Tel. + 48 696-477-350

Justyna Moskalewicz
PR Consultant
justyna.moskalewicz@rc2.pl
+48 508 000 326