

NOWY KSZTAŁT LUKSUSU

Na półkach sklepowych w całej Polsce od dziś królować będzie wódka Luksusowa w nowej, wyjątkowo oryginalnej szacie. Luksusowa wyznacza nowe standardy elegancji, klasy i smaku. Rewolucyjna na polskim i światowym rynku kwadratowa butelka wódki jest nie tylko na miarę lidera polskiego rynku wódki, ale i na miarę największych światowych graczy.

POLSKI I ŚWIATOWY PRESTIŻ

Wódka Luksusowa, wielokrotnie nagradzana rdzennie polska wódka, numer 1 wśród wódek ziemniaczanych w Polsce i na świecie, zmieniła swoje opakowanie. Dotychczasowa butelka jako ikona polskiego przemysłu spirytusowego, od dłuższego czasu inspirowała swoim kształtem, stanowiąc jednocześnie wielkie wyzwanie dla kolejnych propozycji. Zmiana opakowania to dowód na konsekwentny rozwój marki Luksusowa, która zrobiła rewolucyjny krok naprzód, dążąc do stworzenia wyjątkowo oryginalnej i niepowtarzalnej szaty graficznej i wzornictwa, odbiegających od tego, co polski konsument obserwuje każdego dnia na półce sklepowej. A wszystko w myśl hasła wspierającego premierę: **“Nowy Kształt Luksusu”**.

NIEZMIENNA JAKOŚĆ OD 1928

W ramach przełomowej zmiany tylko jedna wartość pozostaje w wódce Luksusowa niezmienna. Jakość produktu. Oryginalna butelka, zaprojektowana przez agencję **Dragon Rouge**, wciąż kryje w sobie łagodny i gładki smak, synonim marki od 1928 roku. Wizualna zmiana opakowania to przełomowe dla wódek w Polsce wzornictwo - po raz pierwszy bowiem smak wódki został zamknięty w kwadratowym kształcie. Nowe opakowanie operuje kolorystyką srebra i czerwieni. Pierwoplanowymi elementami rewolucyjnej kwadratowej butelki są nieodłączne dla marki elementy: nasycony czerwienią logotyp oraz wygrawerowana data pierwszej, seryjnej produkcji - 1928. Opakowanie emanuje klasą oraz harmonią elementów. Na tylnej etykiecie znalazły się niezbędne informacje dotyczące produkcji oraz wielu międzynarodowych nagród, jakie w ciągu przeszło 80 lat zdobyła Luksusowa.

AUTENTYCZNY LUKSUS I SMAK

*Oddajemy w ręce naszych dotychczasowych, jak i nowych konsumentów tą samą autentyczną Luksusową wódkę, jednak w prawdziwie luksusowych kształtach. Wierzimy, że oferowane opakowanie w pełni oddaje charakter, jak i uznaną nie tylko w kraju ale na świecie jakość; „Luksusowa” pochodzi od wyrazu oznaczającego doskonałość i ekskluzywność, a w świecie wódki spirytus najwyższej klasy czystości. Innowacja Luksusowej to oprócz nowego opakowania także nowe smaki **Luksusowa Gorzka** oraz **Luksusowa Wiśniowa**. To również nowa kampania reklamowa - przygotowana przez agencję Lowe GGK - sygnowana hasłem „Nowy Kształt Luksusu”, która z humorem będzie nakłaniać konsumenta do zakupu Nowej Luksusowej, zapraszając jednocześnie do zabawy w świecie nowo-obowiązującej kwadratowej rzeczywistości. - powiedział Arkadiusz Dobosz, Domestic Vodkas Marketing Manager, Wyborowa SA.*



LUKSUSOWA

* * *

Fakty warte zapamiętania o wódce Luksusowa:

- powstała jako **najczystsza i najdroższa spośród polskich wódek w 1928;**
- jej **nazwa pochodzi od najwyższej jakości spirytusu** luksusowego;
- autentyczna receptura gwarantuje łagodność i jakość docenioną w Polsce i na rynkach eksportowych. Min. w **USA, Kanadzie, UK;**
- **26 medali** zdobytych na międzynarodowych konkursach potwierdza jej niezmienną i najwyższą jakość;
- **kwadratowa** butelka i pionowa etykieta to dynamizm na miarę nowoczesności i unikalność.

Wyborowa SA, grupa Pernod Ricard

Wyborowa SA jest polską firmą należącą do francuskiego koncernu Pernod Ricard. Spółka dystrybuje na świecie asortyment wiodących polskich marek wódek, łącznie z Wyborową, wódką o najszybciej rosnącej na świecie sprzedaży w latach 2007 i 2008, oraz Luksusową, wiodącą ziemniaczaną wódką na świecie (wolumenowo). Grupa Pernod Ricard powstała w 1975 r. z połączenia Pernod i Ricard. Dzięki organicznemu wzrostowi i udanym akwizycjom dynamicznie się rozwija. Pernod Ricard jest jednym z liderów branży spirytusowej na świecie. Grupa zatrudnia około 18.000 pracowników w 70 krajach. Pernod Ricard konsekwentnie wdraża politykę społecznej odpowiedzialności biznesu i propaguje odpowiedzialne spożywanie napojów alkoholowych w celu przeciwdziałania negatywnym skutkom społecznym i zdrowotnym związanym z nadużywaniem alkoholu.

Dodatkowych informacji udzielają:

Arkadiusz Dobosz,

Domestic Vodkas Marketing Manager
Wyborowa SA, Pernod Ricard Group
tel. +48 22 597 11 74, 694 482 773
email: arkadiusz.dobosz@wyborowa.com

Agata Kalińska,

Senior PR Consultant
Raczkiewicz Chenczke Consultants (rc2)
Tel +48 22 435 11 60, 507 000 833
email: agata.kalinska@rc2.pl