

Warszawa, 23 marca 2017 r.

Heineken 3 nowym wariantem marki w Polsce

Trochę mniej alkoholu pozwala na dużo więcej – Heineken 3 pozwala sięgać po piwo, a jednocześnie zachowywać świeżość i otwartość głowy. Nowy wariant marki jest dostępny w Polsce od 13 marca.

Na nasyconym rynku piwa coraz większą rolę odgrywają trendy konsumenckie. Żyjący aktywnie Polacy szukają dla siebie nowych rozwiązań, pozwalających godzić liczne obowiązki i zajęcia z możliwością sięgania po ulubiony trunek. Rośnie też popularność piw niskoalkoholowych i bezalkoholowych.

Dostrzegając te trendy, marka Heineken wprowadza produkt, który wpisuje się w zmieniające się zwyczaje konsumentów i tworzy nową w Polsce kategorię. Heineken 3 (dostępny w butelkach 500 ml) zawiera tylko 3,3 proc. alkoholu, co czyni go unikalną pozycją na naszym rynku. Trafi do wszystkich kanałów sprzedaży i w sezonie będzie wspierany szeroką komunikacją.

- To nowe rozwiązanie, które dzięki niższej zawartości alkoholu otwiera przed konsumentami nowe piwne okazje. Jest idealnym wyborem dla osób aktywnych, które chcą korzystać z życia, cieszyć się każdą chwilą, a jednocześnie utrzymywać dobrą formę i podejmować świadome decyzje – podkreśla Marcin Filipiak, Senior Brand Manager marki Heineken.

Wariant Heinekena urozmaici chwile relaksu po pracy, gdy można oddać się ulubionym męskim hobby albo przy piwie obejrzeć mecz z kolegami, nawet gdy następnego dnia czekają zobowiązania. Sprawdzi się też podczas spotkań z przyjaciółmi, czy do posiłków

w trakcie dnia, gdy przed nami jeszcze kolejne obowiązki. To propozycja dla mężczyzn, którzy chcą dokonywać świadomych wyborów.

Dając konsumentom nowe możliwości Heineken po raz kolejny potwierdza swój innowacyjny charakter. W poprzednich latach marka kształtowała piwne zwyczaje Polaków wprowadzając m.in. 5-litrowe draught kegi czy system Extra Cold, pozwalający serwować piwo w temperaturze nawet poniżej 0 stopni Celsjusza. Heineken 3 otwiera kolejny rozdział w działaniach marki na naszym rynku.

Planowaniem i zakupem mediów dla marki Heineken zajmuje się dom mediowy MediaVest, wsparcie PR zapewnia Roots PR.

Dodatkowych informacji udziela:

Anetta Gołda – Roots PR, tel. 796 334 255, mail: anetta.golda@rootspr.pl

Heineken jest jedną z najbardziej cenionych międzynarodowych marek piwa. Butelki w charakterystycznej zielonej butelce dostępne są niemal w każdym sklepie na całym świecie. W Polsce produkowany jest przez Grupę Żywiec. Heineken jest piwem jasnym, o zawartości alkoholu 5 procent. Swoją nazwę zawdzięcza twórcy oryginalnej receptury – Gerardowi Adriaanowi Heinekenowi, który opracował ją w 1869 roku. Więcej informacji na temat historii piwa i marki Heineken można znaleźć na stronie www.heineken.pl

Grupa Żywiec to jeden z czołowych producentów piwa w Polsce posiadający najszerze portfolio 11 stylów piwnych, 15 marek i 34 produktów. Marką flagową firmy jest Żywiec – jedno z najpopularniejszych polskich piw eksportowych, sprzedawane za granicą od ponad stu lat. Do najsilniejszych marek spółki należą też: Heineken, Warka i Tatra. Ważną część oferty Grupy Żywiec stanowią piwa regionalne: Królewskie (Polska centralna), Leżajsk (południowo-wschodnia), Specjal (północna) i Brackie (południowa). Spółka prowadzi również dystrybucję zagranicznych piw specjalnych (Desperados, Paulaner, Affligem) oraz polskich piw specjalnych (Kaper, Żywiec Porter, Żywiec Marcowe, Żywiec Białe, Żywiec Szampańskie, Żywiec Saison, Warka Radler). Firma powiązana jest z Grupą HEINEKEN, największym producentem piwa w Europie. Grupa

Żywiec w 2015 roku sprzedała 11,6 mln hektolitrow piwa warzonego w pięciu browarach, tj. w Warce, Elblągu, Leżajsku oraz Arcyksiążęcym Browarze w Żywcu i Browarze Zamkowym Cieszyn. Grupa Żywiec jest jedyną spółką spośród największych producentów piwa w Polsce, notowaną na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, gdzie zadebiutowała 24.09.1991 r.

Więcej informacji o firmie: www.grupazywiec.pl