



Warszawa, 14 marca 2017 r.

WIĘKSZY STRONGBOW **Więcej okazji do dzielenia się ulubionym cydrem**

Strongbow, marka z wieloletnią tradycją i cydr numer 1 na świecie, zdobył także serca Polaków. Bardzo dobrze przyjęte zostały wszystkie trzy warianty wprowadzone na nasz rynek: Gold Apple, Red Berries i Dark Fruit. Teraz marka, wychodząc naprzeciw preferencjom zakupowym klientów, obok dotychczasowego opakowania 330 ml, dla smaku Gold Apple wprowadza nową, większą butelkę o pojemności 800 ml.

Cydr Strongbow w portfolio produktowym marek premium Grupy Żywiec obecny jest od marca 2015 r. Już w drugim roku sprzedaży (2016) Strongbow urósł o ponad 25 procent* umacniając się na pozycji wiceliderem kategorii cydrów na polskim rynku.

*– Polscy konsumenci polubili nasz cydr i jego oryginalną małą butelkę. Wiemy jednak, że najchętniej sięgają po cydr w większych opakowaniach. Odpowiadając na tę potrzebę, od marca Strongbow Gold Apple dostępny będzie również w butelce 800 ml. Większa butelka to więcej okazji do dzielenia się z przyjaciółmi - mówi **Agata Skoniecka-Dębowska**, brand managerka marki Strongbow.*

Cydr Strongbow wyróżnia się nutą słodczy, przechodzącą w delikatną kwaskowatość, zwieńczoną łagodnie wytrawnym finiszem. Jest doskonałym wyborem do rodzinnych obiadów, spotkań towarzyskich czy grilla w ciepłe dni. Dzięki połączeniu subtelnego smaku, lekkiemu nagazowaniu oraz niskiej zawartości alkoholu (4,5 proc.) Strongbow z powodzeniem może konkurować na polskim stole z winami i innymi trunkami.

Jak przystało na markę z tradycjami, Strongbow ma swój rytuał serwowania. Rekomendowany przepis na wydobycie najlepszego smaku to szklanka w 1/3 wypełniona lodem i w 2/3 cydrem Strongbow. Ten rytuał podkreśli najlepsze walory smakowe cydru. Sprawdzi, że będzie bardziej delikatny i przyjemnie orzeźwiający.

Wprowadzenie nowego opakowania wspierać będzie intensywne kampanie w Social Mediach. Aktywacje internetowe dla marki Strongbow prowadzi agencja **Isignia**, wsparcie PR zapewnia **Roots PR**. Planowaniem i zakupem mediów zajmuje się dom mediowy **MediaVest**.

* (dane Nielsen)

Dodatkowych informacji udziela:

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



Cydr jabłkowy Strongbow - cydr nr 1 na świecie, dostępny na 20 rynkach całego świata. Oryginalna marka z tradycjami, produkowana w Wielkiej Brytanii od 1962 r. Cydr powstaje w procesie naturalnej fermentacji jabłek, dzięki czemu ma lekko kwaskowaty smak i delikatne nagazowanie. Zawiera 4.5% alkoholu. Najlepiej smakuje w szklance wypełnionej w 1/3 lodem. Na polskim rynku jest dostępny w trzech wariantach smakowych: Gold Apple, Red Berries i Dark Berries w butelkach 330 ml, Gold Apple również w butelce 800 ml.

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 Cieszyń. 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