



Pura é a Água n.º 1 em Angola. É a Água de confiança dos consumidores. A sua qualidade é assegurada por rigorosos sistemas de controlo, num processo de produção certificado, e por um Laboratório de Qualidade acreditado. Resultado desse investimento na qualidade, a Água Pura tem sido distinguida com a Medalha Grande Ouro no Concurso Internacional de Qualidade Monde Selection, o mais alto galardão atribuído pela prestigiada entidade.

#### VALORES DA MARCA

A água é um bem da Natureza e o seu consumo é absolutamente vital. Contudo, a qualidade da água disponível nem sempre é a mais

adequada. A grande preocupação de Pura é fornecer água de altíssima qualidade, de forma generalizada e acessível a toda a população. Beber Pura é beber saúde. Porque Pura é confiança, qualidade e vida saudável.

#### PRODUTOS E DESENVOLVIMENTOS FUTUROS

A confiança conquistada junto do consumidor coloca a Marca Pura na posição de dinamizador da categoria. Pura assume proactivamente a responsabilidade de desenvolver novas propostas para o mercado que permitam responder a novas necessidades, promovendo o consumo de água engarrafada, seja através de novas ocasiões de consumo, de novas tipologias de embalagens ou de novos benefícios. A inovação tem sido, aliás, um factor crítico no desenvolvimento da Marca que foi a primeira a lançar em Angola uma Água isotónica, Pura Sport, e uma Água para crianças, Pura Júnior. Pura Sport, lançada em 2012, veio alargar a gama Pura com uma solução pensada para os praticantes de desporto, quer profissionais, quer ocasionais, mas também para as olimpíadas do

dia-a-dia. É a primeira Água isotónica angolana. Pura Sport responde não só à necessidade de hidratação, mas também de reposição dos sais minerais perdidos durante a prática de desporto, além de que também contém aminoácidos e um complexo vitamínico, ambos vindo positivamente para a recuperação de energia e dos músculos. A sua aceitação está a ser tão positiva que, hoje, Pura Sport é consumida não só em alturas de prática desportiva, mas também noutras ocasiões, motivado pelo bom sabor a limão. Já em 2014, o lançamento de Pura Júnior veio dar resposta à necessidade de hidratação das crianças, com todos os benefícios de uma Água reforçada com zinco e com vitaminas do complexo B, essenciais a um crescimento saudável. Importa também salientar o óptimo sabor a laranja que as crianças adoram. Com esta inovação, as Mães vêem muito facilitada a tarefa de hidratar as suas crianças. Beber Água continua a ser essencial, mas com Pura Júnior, a primeira Água para crianças em Angola, é muito mais divertido. Num futuro breve, a Marca prevê o lançamento

de novos formatos de embalagem que vão ao encontro dos desejos e expectativas do consumidor angolano.

**MERCADO**

De Cabinda ao Cunene, há sempre uma Água Pura disponível para ser consumida. A presença da Marca é generalizada em todo o mercado e em todos os canais de distribuição. Está disponível em diversos formatos e embalagens, para necessidades e ocasiões de consumo diferentes. Apesar da presença de algumas Marcas importadas e de diversas Marcas locais ou regionais, Pura mantém a sua liderança na categoria e é cada vez mais a Marca de eleição dos consumidores. A disponibilidade massiva no mercado e a confiança crescente, traduzem-se num crescimento da Marca, o que reforça ainda mais a sua liderança.

**COMUNICAÇÃO**

"Beba Pura, Beba Saúde!". Desde o seu lançamento que Pura se posicionou no mercado como a Água que promove o bem-estar, a saúde e o equilíbrio. A essência das mensagens Pura, bem como a abrangência do seu target, constituem uma imagem muito sólida junto do consumidor, que é comprovada pela experiência de consumo. Não menos importante na estratégia de comunicação da Marca é a sua associação ao Desporto, onde o consumo de uma água de qualidade é particularmente importante. Este posicionamento é personificado pelo melhor



basquetebolista da actualidade, Carlos Morais, o actual embaixador da Marca. Seguindo esta estratégia, Pura apoia ainda os mais prestigiados eventos de desporto: os Jogos Olímpicos, onde Pura é a Água oficial do Comité Angolano, e, mais recentemente, o Mundial de Hóquei em Patins, disputado em Angola.

É através dos meios de comunicação tradicionais, bem como de activações junto do consumidor, que Pura consegue estar sempre presente no dia-a-dia dos consumidores, promovendo hábitos de vida saudável e de bem-estar.

**VANTAGENS COMPETITIVAS**

A vantagem competitiva de Pura reside na conjugação de 4 pilares fundamentais e estratégicos: confiança, presença permanente e generalizada no mercado, conhecimento do consumidor e inovação. Onde há água, há vida. O consumo de água é absolutamente indispensável para a saúde e o bem-estar. O bom funcionamento do corpo depende de uma boa hidratação. Por ser vital ao bom funcionamento do organismo, a confiança na qualidade da água consumida é um factor crítico de sucesso. Pura garante essa qualidade porque exige os mais rigorosos padrões de controlo de qualidade internacionais, reconhecidos e premiados. Em 2014, a Marca foi distinguida pela 5.ª vez consecutiva no Concurso Internacional de Qualidade Monde Selection, com a Medalha Grande Ouro, o mais alto galardão atribuído pela respectiva instituição. Pura é uma Marca Refriango e por isso dispõe de uma rede de distribuição que cobre permanentemente a totalidade do território



**SABIA QUE:**

- A Refriango, detentora da Marca Pura, dispõe de um Sistema de Gestão da Qualidade, certificado de acordo com a Norma ISO22000 pela APCER. Foi a primeira empresa angolana de bens de grande consumo a receber esta certificação.
- Pura, na sua vertente de responsabilidade social, está presente nos eventos desportivos dinamizados em Angola.
- O recente lançamento de Pura Júnior superou largamente todas as expectativas iniciais.

nacional e dos canais de distribuição. Por outro lado, sendo uma água produzida em Angola (Viana, Luanda), a sua disponibilidade no mercado é constante e mais acessível. Desta forma, os consumidores têm sempre acesso à sua Água de confiança – sempre presente, sempre Pura. Os consumidores angolanos são únicos. São muito exigentes e têm necessidades

específicas resultantes das condições climáticas do país e dos estilos de vida próprios, pelo que todos os detalhes

do produto necessitam de reflectir essas particularidades. A Marca Pura acompanha de perto a evolução do consumidor, identifica as suas expectativas e as suas preferências. Mais do que uma adaptação ao consumidor, Pura nasce com base no conhecimento de Angola e dos angolanos: "Pura é a Água de Angola!". Para Pura, o investimento em inovação relevante para o consumidor é uma prioridade, como se pode observar pelos últimos lançamentos da Marca, Pura Sport e Pura Júnior, exemplos pioneiros no mercado angolano.

**2007**  
Ano do lançamento da Marca Pura.

**2009**  
Primeira Medalha Monde Selection.

**2011**  
Água oficial do Comité Olímpico Angolano.

**2012**  
Lançamento de Pura Sport - a primeira Água isotónica em Angola.

**2013**  
Patrocínio do Mundial de Hóquei, em Angola.

**2014**  
Lançamento de Pura Júnior Laranja - a primeira Água para crianças, em Angola.