

# МАСТИКА ПЕЩЕРА



## ПАЗАР

Мастиката е питие, което е добре оценено в България и е предпочитано за консумация, особено в горещите месеци. Заради нагласата, че мастиката разхлажда, пазарът ѝ се характеризира със сезонност, която е свързана със засилено търсене през лятото. Българите пият мастика предимно вкъщи, предпочитат я чиста, с подходящи храни и напитки – риба, морски деликатеси, диня, таратор, ачрян, както и в коктейл с мента. Преди мастика „Пещера“ да се наложи на българския пазар през 1999 г., на него изразен лидер е марка на друг голям български производител. Голямо влияние имат и регионалните марки и производители. За много кратко време мастика „Пещера“ успява да се наложи като бранд лидер в сегмента на мастиката в алкохолния сектор. Само за една година тя завоюва сериозни позиции, като дори променя като цяло облика на пазара на мастика в България с привличането на нови потребители. В началото битката за налагане на бранда е изключително сериозна, защото той стъпва в сегмент, където влияят много сериозно следните фактори: сезонност, наличие на традиционни марки с лоялни потребители, консервативни клиенти, които не са склонни да опитат нещо ново.

Мастика „Пещера“ популяризира мастиката

като масово питие, докато преди това тя е смятана за любима предимно на по-възрастните мъже. Със своята свежа, разчупена и секси комуникация и с безспорното си предимство – безупречни кристали, мастика „Пещера“ печели нови почитатели за напитката като цяло. Марката залага и на едно всеобщо схващане за действието на анетола – че стимулира покачването на либидото. Почти всеки български производител на спиртни напитки има мастика в портфолиото си, но мастика „Пещера“ е безспорен лидер и задържа своите позиции вече седма година. На база на индикатора познатост на марката мастика „Пещера“ е номер едно в категорията си. Когато чуят гумата мастика, за мастика „Пещера“ се сещат около половината от респондентите (Източник: Институт за маркетингови проучвания GfK България, 2005 г.).

Според същото изследване в съзнанието на потребителите мастика „Пещера“ е марка, която създава настроение, предлага продукт с високо и постоянно качество, става на хубава кристали, има традиции и е предназначена за хора, които разбират.

## ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

Освен с лоялността на своите потребители, мастика „Пещера“ може да се похвали и с различни награди. През 2006 г. тя печели сребърен медал на дегустациите в рамките на Международния конкурс за спиртни напитки Internationaler Spirituosen Wettbewerb (ISW) в Германия, организиран от Международната академия MUNDUSvini. Същата академия я класира на второ място в категорията „Анасонови ароматни спиртни напитки“. Напитките са оценявани на „слепи“ дегустации от седемчленна експертна комисия, която не е уведомена за производителя, марката или дистрибутора на тествания продукт. Критериите за оценяване включват външен вид – цвят и бистрота, аромат – чистота и типичност, вкус, хармоничност и цялостно впечатление.

## ИСТОРИЯ

Историята на аперитивите започва много отдавна, като в Европа те стават особено популярни през шестнадесети век, когато ги предлагат като тонизиращи напитки за добро здраве и дълъг живот. В днешно време аперитивите са неразделна част от живота на хората. Те обикновено се консумират преди ядене, за да стимулират апетита. Високоалкохолните аперитиви се разделят на битери (bitters) и пастиси

(pastis). Битерите дължат името си на леко горчивия вкус от съдържащите се в тях специфични билки. Пастисите са анасонови аперитиви, включващи широка гама напитки като гръцкото Ouzo, италианската Sambuca и друзи. Характерно за тях е, че при добавка на вода се оцветяват и стават непрозрачни. Мастиката е типичен представител на голямото семейство на анасоновите аперитиви.

Първата бутилка с ароматния еликсир мастика „Пещера“ е произведена през юли 1998 г. На следващата година идва сериозният пазарен пробив. Той става факт и благодарение на първата интегрирана маркетингова комуникация на мастика „Пещера“ със слогана „Повдига настроението. Наистина го вдига“. След успешната кампания марката става пазарен лидер. Следва смяна на посланието с емоционалното „Страст на кристали“. С още три последователни интегрирани кампании марката затвърждава и поддържа лидерството си.

## ПРОДУКТЪТ

Мастиката е предпочитана пред останалите анасонови напитки заради чистия си вкус и аромат, необременени от други подправъчни нотки. Качеството на продукта зависи много от основната суровина – анетола. Най-качественият анетол се произвежда от маслото на анасоново семе от специалния сорт Star. Името му идва от звездоборазната форма на плода. Той съдържа осем капсулки, в които се намират така ценните брилянтно кафяви анасонови семена. Този анасон се използва още от древността заради медицинските му свойства – помага на храносмилането, действа стимулиращо и тонизиращо.

Мастика „Пещера“ е произведена от висококачествен етилов алкохол и анасоново



СТРАСТ НА КРИСТАЛИ



масло, което е причина за формиране на характерните кристали при охлаждане на напитката. Има класически градус – 47%. Изключителното си качество тя дължи на използвания първокласен анемол с висока степен на чистота – повече от 97%, получен във Франция. Анасоновото масло е известно още със своето стимулиращо, тонизиращо и антисептично действие и с уникалния си екзотичен аромат.

Много са начините на консумация на мастика – класическата чиста напитка с лед, с добавяне на студена вода или в разнообразни коктейли. Мастика „Пещера“ се предлага в разфасовки от 1 литър, 0,7 литра, 0,5 литра и 0,2 литра.

#### СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

В отговор на нуждите на потребителите, през април 2006 г. мастика „Пещера“ представи на пазара нова разфасовка от един литър. Мастика „Пещера“ е единствената марка на пазара с такава разфасовка. Тя е търсена предимно от заведения, където напитката се консумира чиста или като съставка на коктейл.

#### ПРОМОЦИЯ

За да се наложи на пазара през 1999 г., мастика „Пещера“ за-

лага на свежо послание със сексуален привкус – „Повдига настроението. Наистина го вдига“. То бързо я прави популярна не само сред консуматорите на този вид алкохол. Само след една кампания мастика „Пещера“ става безспорен лидер, като спечелва и нови потребители – по-млади, търсещи сексуални емоции и закачки в летните жеги.

През 2000 г. марката „преживява“ емоционалния си период и се изправя пред предизвикателството да загърби своите спечелени потребители, и то отново в рамките на краткия летен сезон.



се обвързва с емоционалното и на пазара се появява добре познатото „Страст на кристали“. Посланието е успешно и следват три кампании с различен креатив. Красивата русалка, змуркаща се в бутилка мастика „Пещера“, загърбва интереса на мъжката аудитория през 2000–2002 г. Типично в стила на марката, през 2003–2004 г. вниманието на зрителите се приковава от свалките на „гларуса“, който „съблича“ дамите с поглед по телевизията и билбордовете. По радиото също звучат познатите акорди и приканват

любителите на питието да развихрят въображението си и да се отдадат на мечтите си. Тази кампания е успешна и с това, че създава образ, с който може да се идентифицира любите-



лят на мастика – „лежерен“ герой на средна възраст, който обича флирта през лятото, използва фантазиите си и благодарение на мастиката ги превръща в реалност. Женската аудитория пък се припознава в момичетата, в които мрежи попада дори и „игроч“ като описания фантазър. През 2005 г. марката е изправена пред ново предизвикателство. Законите ограничения по отношение на рекламата на спиртни напитки лишават последващите комуникации на мастика „Пещера“ от най-важното – продукта. Въпреки това настроение-

то и ценностите на марката са предадени успешно чрез изградените в предходните години образи. Отново виждаме същия герой, който в случая използва вече и находчивостта си, за да пофлиртува – като прави слънчево зайче по женското тяло. Всички медийни кампании на марката са съпроводени с търговски активности. Дисплеи, плакати и всякакви други материали подпомагат дистрибуцията и водят до перфектно позициониране на мастика „Пещера“ на местата за продажба. През лятото на 2006 г. марката заложи и на добавена стойност към своя продукт – чаша, с която нагъра доверието на своите фенове.

#### ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Мастика „Пещера“ е утвърдена, надеждна марка на разхлаждаща и стимулираща лятна напитка на „Винпром Пещера“. С годините тя е придобила облика на марка, която повдига настроението и поддържа градус на емоциите винаги висок. Тя възпламенява страстта и еротичното настроение, разпалва въображението, насърчава забавлението и помага да се избяга от ежедневието.



[www.mastikapeshtera.com](http://www.mastikapeshtera.com)

#### ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

#### МАСТИКА ПЕЩЕРА

- За заснемането на клипа „Фантазия“, в който главният герой съблича с поглед жените, са изразходвани 100 м корда. С тях са били дърпани облеклата на девойките.
- Популярният коктейл от мастика и мента с добавка на лед или вода, който у нас е известен като „Облак“, по света се нарича „Лондонска мъгла“.
- В клиповете на мастика „Пещера“ участват едни от най-успешните български манекенки – Надя Николова, Ана и Боряна Шехтови, Венета Харизанова, Маги Вълчанова, Роси Черногогорова и Мария Велкова. Като че ли сред блясъка на момичетата остава бледо името, но не и образът на актьора Божидар Полчев.
- В Румъния сватбените тостове традиционно се правят с мастика и се смята, че тя върви най-добре при консумация с пилешко.

