



Със своята почти двадесетгодишна история ДЕВИН е най-предпочитаната марка бутилирана вода в страната. Тя е и най-високо оценената българска марка от категорията на бързооборотните стоки в България. Постиженията на бранда се дължат на стратегията на непрекъснати иновации, както и на социално отговорната политика, която компанията води още от създаването си.

Знаете ли, че...

Съвременната наука препоръчва дневна консумация на вода, отговаряща на 30 мл на килограм тегло. С други думи, за да сте в оптимална форма, ако тежите 67 kg например, вие трябва да изпивате около 67 литра вода дневно.

Липсата на вода е причина № 1 за умората, която изпитваме.

Пазар

Преди 1993 г. пазарът на бутилирани води в страната е почти незначителен, с под петнадесет л годишна консумация на глава от населението, което е десет пъти по-ниско от нивото на средната консумация в Европа.

Бумът в развитието е след 1997 г., когато започва и активната експанзия на ДЕВИН. През следващите десет години пазарът се увеличава повече от четири пъти. Това се дължи на увеличените възможности за производство и дистрибуция на компаниите, както и на старта на комуникационните и потребителските активности в категорията.

След 2009 г. във всички категории безалкохолни напитки, включително и при бутилираните води, започва спад, който продължава следващите три години. През 2012 г. тенденцията за спад се променя и дори се очаква лек ръст на пазара от около 2% в обем.

Категорията на бутилираните води включва минерална, изворна и трапезна вода.

Минералната вода е все още доминираща, но с лансирането на пазара на „ДЕВИН Изворна вода“ дялът на новия сегмент се увеличава с всяка следваща година, достигайки до 23% от целия обем на бутилираните води през 2011 година.

Постижения на марката

За своето двадесетгодишно присъствие на пазара „Девин“ АД се наложи като абсолютен лидер, предлагайки голямо разнообразие на води и качествени и здравословни напитки.

От създаването си до днес компанията бележи динамичен ръст на развитие, дължащ се на качествената продукция, добре развитата дистрибуторска мрежа, адекватната и иновативна бизнес стратегия и креативната и открита комуникация към потребителите на марката. Основните акценти в иновативната политика на компанията са:

- Лансиране на пазара и развиване на потреблението на големите разфасовки вода за домашна консумация (1998 г.);
- Смяна на PVC опаковката с екологичната

PET бутилка – първа в България (2001 г.);

- Създаване и развиване на сегмента на изворна вода (от 2005 г.);
- Създаване и развиване на сегмента на овкусена вода (2008 г.);

• Иновации за намаляване теглото на PET бутилката с 15% (2008 г.);

- Въвеждане на нов олекотен стандарт за капачки – първи в Югоизточна Европа (май 2010 г.).

За своята иновативна и социално отговорна политика компанията получава редица награди в различни категории:

- 2009 г. – IN5 – Innovation Award за инвеститор на годината от Българската стопанска камара;
- 2009 г. – награда Еконоватор;
- 2009, 2010, 2011 – награда за иновации в опаковките от Асоциацията на производителите на безалкохолни напитки;
- 2006 г. – за успешното лансиране на „ДЕВИН Изворна вода“ маркетинг мениджърът на компанията завоюва отличието „Бранд мениджър на годината“;
- 2010 г. – бронзова награда EFFIE за комуникационната кампания „ДЕВИН Изворна и минерална вода“.

Продуктът

„Девин“ АД е лидер на пазара на бутилирани води в България. Компанията е единствената в сектора, която предлага избор от два вида натурална вода – минерална и изворна. Заводът е построен до сондажи три и пет в Западните Родопи – един от най-чистите райони в България, в който няма индустриално замърсяване в радиус от 50 км.

Минералната вода ДЕВИН е нискоминерализирана, високоалкална вода, богата на естествен флуорид. Тя се препоръчва на хора с активно ежедневие, които искат да хидратират организма си по естествен начин. В нашата страна има традиции при



консумацията на минералната вода, която е много благоприятна за организма, но е важно да се прави „почивка“, като се редува с изворна. Изворната вода ДЕВИН е с изключително ниска минерализация и с ниско съдържание на натрий, флуориди и микроелементи, което я прави подходяща за ежедневна употреба за хора от всички възрасти и най-вече за бебета и деца до седем години.

Заводът за бутилиране на водите ДЕВИН е най-модерният в Югоизточна Европа. Оборудването, което е изцяло подновено през 2008 година,

е най-съвременното в бранша, доставено от водещи компании от Франция, Швейцария, Италия и Австрия. Производственият цикъл е напълно затворен и оптимизиран в съответствие с изискванията на ЕС и съвременните екологични норми за опазване на околната среда. Общата застроена площ на завода е 8210 кв. м, върху която са изградени пет цеха, десет бутилиращи линии с капацитет 60 000 бутилки на час и средно 300 000 милиона литра годишно.

„Девин“ АД притежава сертификати за качеството на минерална и изворна вода ДЕВИН, издадени от българските здравни институции и престижния немски институт „Фрезениус“.

Портфолиото на ДЕВИН включва продукти в категориите: минерална вода, изворна вода, газирана вода и овкусена вода ДЕВИН ФРЕШ. ДЕВИН предлага на пазара разнообразие от





опаковки, които задоволяват възможните поводи за консумация на бутилирана вода: за незабавна консумация – от 0.33 мл и 0.5 л в PET и стъкло, 1.5 л и гама от продукти за дома – 2.5, 6 и 11 л. „Девин“ АД е лидер и в бизнеса с галони с марката DEVIN OFFICE.

Компанията разполага с добре развита национална дистрибуционна мрежа, включваща над 85 партньорски фирми, а също така и три собствени търговски бази в София, Русе и Пловдив, които доставят минерална вода и безалкохолни напитки директно до клиентите. Директно и чрез партньори, водата ДЕВИН достига до над 35 000 търговски обекта в страната.

Съвременно развитие

Стратежията на марката е да предлага на своите потребители най-подходящото портфолио от продукти за задоволяване на нуждата от хидратация във всяка ситуация. „Девин“ АД е и компанията, която най-активно промотира здравословния начин на живот, съвместяващ правилно хранене и двигателна активност, чрез десетки инициативи, насочени към най-различни възрастови групи. ДЕВИН подкрепя програмите и инициативите на Българския национален воден съвет – неправителствена организация с идеална цел, посветена на мисията за подобряване на здравето, трудоспособността и качеството на живот на хората чрез правилна хидратация на организма. Последният съвместен проект – „Вода в голямото междучасие“, е насочен към една от най-рисковите групи – учениците в началните и средните класове.

Дългосрочната стратегия на компанията е да увеличава значимостта на категорията на бутилирани води чрез непрекъснато въвеждане на иновативни продукти на българския пазар и комуникиране на важността на хидратацията. След успеха на слабогазираната вода с плодов вкус „ДЕВИН Фреш“ компанията разработва и планира да въведе на пазара и други продукти – вода с плодов сок, чай и функционални води, доказали успеха си на пазари с развито потребление в категорията.

Промоция

В резултат на активната си комуникационна политика марката ДЕВИН се отличава с изключително висока спонтанна познаваемост (83%) и подпомогната познатост от 100%. „Девин“ АД е компанията иноватор както в комуникацията на своите

продукти, така и в различните активности към потребителите.

„ДЕВИН минерална“ е позиционирана като продукт, насочен към активните хора, който осигурява балансирана хидратация по време на спорт и активен начин на живот. Компанията спонсорира Българската тенис федерация, а инициативата „ДЕВИН МАСТЪРС“ е уникална проява, която подкрепя първите стъпки на младите ни спортни надежди в големия тенис. Във възрастовите категории 12–18 години – момичета и момчета, победителите в турнира ежегодно получават финансиране за участие в турнир по избор в Европа или САЩ, което е най-важната стъпка в развитието на всеки млад спортен талант. Разбира се, компанията подпомага и различни масови спортни събития във всички краища на страната. Само през 2012 г. бяха подкрепени над 40 събития, свързани с различни видове спорт и посветени на различни възрастови групи: турнир „Баба, дядо и внуци“ в Пловдив, полумаратон в Каварна, програмата „Аз обичам спорта“ на Министерството на физическото възпитание и спорта, насочена към учениците от цялата страна, турнири на състезатели в неравностойно положение и много други. През 2012 г. се проведе и националното турне „БЪДИ В ДЕВИН ФОРМА“, по време на което жителите на осем големи града в страната имаха възможност да спортуват, да вземат безплатен тенис урок и да се включат в разнообразните спортни инициативи. Събитията се превърнаха в малък спортен празник във всеки град, през който премина турнето.

Изворната вода, която е насочена към семейството и поради ниската си минерализация е подходяща и за деца от най-ранна кърмаческа възраст, се промотира в напълно различни канали. Специално внимание в комуникацията е отделено на т.нар. специфични целеви аудитории – педиатри, бременни жени и майки с деца до седем години. От самото си създаване Изворна вода ДЕВИН е препоръчвана от Българската педиатрична асоциация, като работата с таргет групите продължава от лансирането на продукта до днес.

През 2010 световният бранд „Дисни“ избра и оторизира ДЕВИН като марка, която да използва на опаковките с изворна вода любимите на децата приказни герои.

Ценности на марката

„Девин“ АД е динамична и амбициозна компания, надежден и иновативен

История

- ▶ 1992 – Основана е фирма „Девин“.
- ▶ 1998 – Лансиране на пазара и развиване на потреблението на големите разфасовки за домашна консумация.
- ▶ 2001 – Компанията първа в България сменя PVC с екологичната PET бутилка.
- ▶ 2005 – Създаване и развиване на сегмента изворна вода.
- ▶ 2006 – За успешно лансиране на „ДЕВИН изворна вода“ маркетинг мениджърът на компанията завоюва отличието „Бранд мениджър на годината“.
- ▶ 2008 – Създаване и развиване на сегмента овкусена вода.
- ▶ 2008 – Иновации за намаляване теглото на PET бутилката с 15%.
- ▶ 2010 – Въвеждане на нов олекотен стандарт за калачки – първи в Югоизточна Европа.
- ▶ 2009 – IN5 – Innovation Award, за Инвеститор на годината на Българската стопанска камара.
- ▶ 2009 – Награда Еконоватор.
- ▶ 2009, 2010, 2011 – Награда за иновации в опаковките на Асоциацията на производителите на безалкохолни напитки.
- ▶ 2010 – Бронзова награда EFFIE за комуникационна кампания „Девин изворна и минерална вода“.



партньор за своите клиенти и консуматори. Мисията на компанията е да допринесе за здравословния и природосъобразен начин на живот чрез производство и дистрибуция на висококачествени безалкохолни напитки. „Девин“ АД има своя идентичност и всички служители на компанията са част от нея, допринасяйки за имиджа на компанията, който е от значение за отношенията с клиентите, партньорите и обществото. Компанията се отнася с уважение към всички: съобразява се с личностните изисквания на партньорите, уважава правото на свободен и информиран избор на консуматорите, осигурява пълен достъп до информация, отговаря на всяко запитване, свързано с компанията или предлаганите от нея продукти и услуги. „Девин“ АД осъзнава своята роля и ангажираност към обществото и българските ценности и се стреми да допринесе за тяхното съхранение – опазване на околната среда, природата в Родопите, популяризиране на активния и здравословен начин на живот.