



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.

2011
Água oficial do Comité Olímpico Angolano.

2013
Patrocínio do Mundial de Hóquei, em Angola.

2009
Primeira Medalha Monde Selection.

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

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