**Wysoka sprzedaż Oranżady Hellena jesienią i zimą**

**Oranżada Hellena osiągnęła udziały wartościowe na poziomie 78,6 procent\* w rynku oranżady, co stawia ją na pozycji lidera w tym segmencie. W IV kwartale ubiegłego roku odnotowała wzrost sprzedaży o ok. 30 procent w porównaniu do analogicznego okresu w roku poprzedzającym. Wysoki popyt na oranżadę w miesiącach jesienno-zimowych pozwala prognozować ważną zmianę zachowań konsumenckich.**

Rynek oranżady rośnie dynamicznie. Jego udział ilościowy w rynku napojów gazowanych (wykluczając rynek cola) stanowi 24,2 procent\*\*, co oznacza, że już niemal co czwarta butelka napoju kupowanego przez Polaków w tym segmencie to oranżada. Coraz silniej widać też zmianę przyzwyczajeń konsumentów, którzy zaczynają traktować *Oranżadę* Hellena jako stały element codziennych zakupów. Produkt przestaje mieć charakter sezonowy i zaczyna być doceniany przez kupujących nie tylko latem lecz przez cały rok.

– *Wysokie wyniki sprzedaży Oranżady Hellena to efekt przemyślanej strategii i konsekwentnie realizowanych działań marketingowych* – **wyjaśnia Magdalena Koszela, Senior Brand Manager, Colian Sp. z o.o.** – *W 2017 roku przeprowadziliśmy, między innymi, świąteczną kampanię reklamową w telewizji z udziałem Oranżadowego Mikołaja i Kuby Wojewódzkiego. To przyczyniło się do fenomenalnego wzrostu sprzedaży Oranżady Hellena o ok. 30 procent w IV kwartale 2017 roku w porównaniu do analogicznego okresu roku 2016. Równie ważny jest dla nas efekt długofalowy, czyli ugruntowanie wizerunku Oranżady Hellena jako polskiego, autentycznego i wysokojakościowego produktu. Efektywność naszych ubiegłorocznych działań wydaje się potwierdzać zmianę przyzwyczajeń konsumentów, dlatego w IV kwartale tego roku planujemy zintensyfikować aktywności promocyjne szczególnie w okresie bożonarodzeniowym* – **podkreśla Magdalena Koszela**.

W 2017 roku *Oranżada* Hellena odświeżyła wizerunek i grafikę opakowań. Na etykietach i opakowaniach wszystkich produktów pojawiło się charakterystyczne logo w formie kapsla, budzące silne skojarzenia z *Oranżadą* Hellena. Celem zmiany było unowocześnienie marki i jej wizerunku oraz zwiększenie zainteresowania konsumentów.

Kolejnym etapem rozwoju marki w ostatnim czasie było wprowadzenie do portfolio nowego napoju – czerwonej *Oranżady* Hellena FIT – odpowiadającego na aktualne trendy i potrzeby klientów. Polacy coraz większą wagę przywiązują do składu kupowanych produktów, dlatego *Oranżada* Hellena FIT zawiera mniej cukru niż klasyczna oranżada oraz naturalny słodzik – stewię. Dzięki temu nowy napój ma wartość kaloryczną obniżoną aż o 30 procent w porównaniu do pozostałych oranżad z oferty Helleny.

\*Źródło: Colian za Nielsenem, dane na podstawie Panelu Handlu Detalicznego, badanie przeprowadzone na rynku: Cała Polska bez Dyskontów (jako suma rynków: hipermarkety, supermarkety bez dyskontów, duże sklepy spożywcze z sieciami chemicznymi, średnie sklepy spożywcze, małe sklepy spożywcze, sklepy winno-cukiernicze, stacje benzynowe, kioski), w okresie sierpień 2017 – sierpień 2018.

\*\*Źródło: Colian za Nielsenem, sprzedaż ilościowa w rynku napojów gazowanych (wykluczając rynek cola), badanie przeprowadzone na rynku: Cała Polska (jako suma rynków: hipermarkety, supermarkety bez dyskontów, dyskonty, duże sklepy spożywcze z sieciami chemicznymi, średnie sklepy spożywcze, małe sklepy spożywcze, sklepy winno-cukiernicze, stacje benzynowe, kioski), w okresie sierpień 2017 – sierpień 2018.

 *----------------------------*

*Hellena to polska marka, która od ponad 20 lat oferuje konsumentom szeroką gamę napojów i oranżad w wielu smakach. Łącząc tradycję z nowoczesnością, kreując nowe trendy, przywołuje jednocześnie wspomnienia beztroskiego dzieciństwa, które wypełniał smak bąbelkowej, orzeźwiającej oranżady. W portfolio marki znajdują się m.in. napoje gazowane w różnych smakach, Oranżada Hellena FIT, Oranżada Hellena YOO! Z witaminami dla dzieci oraz owocowe napoje niegazowane w najbogatszej na rynku ofercie smakowej.*