

Přečti si následující článek. Představ jeho obsah ostatním skupinám a posud' jeho důvěryhodnost. Zhodnot, které body desatera z Reklamní kampaně A a Reklamní kampaně B informace z článku potvrzují, a které vyvracejí.

Balené vody mají soupeře V pet lahvích je často voda z vodovodu, jen 300krát dražší

I v české scénérii už je to obvyklý obrázek léta. Turisté ve městech pohupují u boku lahvemi kupované vody, lidé s ohnutými zády vláčí ze supermarketů velká balení téhož a v televizi se jedna za druhou míhají reklamy na ten životně nezbytný zázrak bez vůně a chuti, zato s tím „nejvyváženějším obsahem minerálů“. Není tedy divu, že spotřeba balených vod v Česku letí každým rokem vzhůru, letos se jim však do cesty postavil silný a lákavý konkurent.

Když platí, ať platí

V současném parném létě se jede ve Fontei nadoraz. U mašin na plnění vody do pet lahví se střídají lidé na čtyři směny a ještěrky nepřetržitě vozí zabalené palety ze skladu do útrob kamionů. Ty přesto čekají před branami továrny u jihočeského Veselí nad Lužnicí někdy až devět hodin, než se na ně dostane řada. Řidiče ani zaměstnance ovšem frmol nepřekvapuje – jsme přece u největšího dodavatele vod obchodním řetězcům v Česku. Před patnácti lety začínali majitelé v jedné malé hale se slazenými vodami – například známou Deštěnkou – a svou denní produkci vměstnali s přehledem na stovku palet. Dnes jich firma denně vychrlí čtyřicetkrát víc, z toho více než polovinu čisté

vody bez příchuti, kterou denně po celé republice rozváží na sto kamionů. Poptávka po neochucené vodě v Česku rychle rostla, a zatímco před pár lety plnila Fontea pětilitrové lahve pramenitou vodou ručně, dnes už mají speciální výrobní linku a denně pustí do oběhu kolem 200 palet jenom těchto velkých lahví.

Fontea přitom zvolila strategii odlišnou od většiny ostatních producentů vod – nemá žádnou reklamu. „Ušetřené peníze investujeme raději do moderních technologií, takže můžeme mít kvalitnější a lacinější vodu,“ říká manažer pro jakost Kamil Komůrka. A o láci jde ve Fontei bez pochyb: jejím hlavním zákazníkem jsou řetězce supermarketů, které vodu z Veselí pak pod svou vlastní značkou prodávají kolem jedné až dvou korun za litr. Paradoxně ale v těchto lahvích najde zákazník často vodu z běžného vodovodu, pouze zbavenou chloru. Fontea má totiž sice své vlastní vrty podzemní vody, ale ze zákona může ročně vyčerpávat jen určité množství, takže na polovinu výrobků musí pak používat vodu z vodovodu. „Ano, je to tak – někdy naše voda má stejnou kvalitu jako voda z vodovodu, ale jak se říká, peníze až na prvním místě. Takže pokud jsou lidé ochotni za to platit, tak proč bychom ji neprodávali,“ říká pan Komůrka.

Autor, název: Eliška Bártová: Balené vody mají soupeře (zkráceno).

Datum, zdroj: 18. července 2005, týdeník Respekt