

Już w marcu bieżącego roku, do sprzedaży ponownie wprowadzony zostanie duopack wódka Extra Żytnia z Coca – Colą. Produkt typu dwa w jednym okazał się być niezwykle atrakcyjny zarówno dla hurtowników, detalistów, jak i dla konsumentów. Wygoda użytkowania i dobra cena, to niewątpliwe walory duopacku, który świetnie sprawdzi się zarówno na wielkanocnym stole, jaki w codziennej konsumpcji.

Duopack to propozycja nie tylko dla wielbicieli drinków na bazie czystej wódki, ale także dla osób ceniących sobie walory estetyczne nabywanych produktów. Eleganckie opakowanie sprawia, że produkt niewątpliwie wyróżnia się na półce, doskonale nadaje się także na prezent, czy niezobowiązujące spotkanie z przyjaciółmi.

Wprowadzenie duopacku na rynek ma na celu przede wszystkim kontynuowanie strategii zmiany identyfikacji wizualnej marki. W ten sposób producent, Polmos Bielsko – Biała realizuje założenia kampanii Nowa Tradycja, z jednej strony podkreślając długą i bogatą historię Extra Żytniej, z drugiej stawiając na nowoczesność marki, która w 2010 r. otrzymała wysoką notę międzynarodowego jury. Jurorzy londyńskiego konkursu Vodka Masters przyznali jej drugie miejsce w kategorii wódka Europy Wschodniej. Udoskonalona receptura składniki (górska woda) i proces produkcji (czterokrotnie destylowany spirytus) przyczyniły się do tak wysokiej oceny ekspertów.

**Defacto**