Warszawa, 17.02.2020

**Pragnienia, które napędzają do działania –**

**Nałęczowianka wybrała ambasadorów
spośród swoich pracowników**

**Marka naturalnej wody mineralnej Nałęczowianka przypomina, jak ważne jest pragnienie – to w znaczeniu fizjologicznym należy gasić, a to rozumiane jako dążenia i cele warto podsycać i realizować. Dlatego Nałęczowianka postanowiła zapytać o pragnienia swoich pracowników i na podstawie zgłoszeń wybrać ambasadorów marki w mediach społecznościowych.**

„Porusz swoje pragnienia i pokaż, co Cię motywuje do działania” – przed takim wyzwaniem stanęli pracownicy Nałęczowianki. Na zwycięzców czekała nie tylko nagroda pieniężna na realizację pragnień, ale też możliwość udziału w profesjonalnej sesji fotograficznej, z której zdjęcia trafiają na kanały w mediach społecznościowych marki. W wyniku obrad jury wyłoniono pięcioro ambasadorów – pracowników zarówno zakładu rozlewniczego w Nałęczowie, jak i biura głównego w Warszawie:

* **Aleksandra Bartuzi**, Koordynator Administracji Magazynu, opowiada: „Moje pragnienia nie są zbyt wygórowane. Pragnę jedynie spędzać jak najwięcej czasu z tymi, których kocham, a najlepszym na to sposobem są wspólne wycieczki – zarówno piesze, jak i rowerowe”.
* **Patrycja Dombek-Wiśniewska,** Kierownik Projektów Innowacyjnych, która: „W wodzie czuje się jak… ryba w wodzie”, ponieważ uwielbia pływanie, żeglarstwo czy windsurfing, a na „suchym lądzie” wybiera taniec, jogę lub ćwiczenia na siłowni.
* **Michał Kajpust,** Specjalista ds. Logistyki Dystrybucji, którego pragnieniem jest poprawa kondycji fizycznej, realizowana m.in. poprzez ćwiczenia na świeżym powietrzu. Jak podkreśla Michał: „Nałęczowianka nie tylko dostarcza mi właściwe nawodnienie, które jest tak ważne podczas treningu, ale też motywuje mnie do dalszego działania”.
* **Jarosław Korulczyk**, Kierownik ds. Rozwoju Klientów, pasjonuje się m.in. jazdą na nartach, nurkowaniem, podróżami i poznawaniem nowych miejsc, a także motocyklami, które nie tylko dostarczają mu dawki adrenaliny, ale pomagają też dotrzeć do nieodkrytych jeszcze zakątków.
* **Piotr Mirosław**, Planista Utrzymania Ruchu, pragnie pomagać zwierzętom i spędzać czas ze swoimi czworonożnymi przyjaciółmi.

*„W naszej firmie pracuje wiele aktywnych osób, które rozwijają swoje zainteresowania i realizują pragnienia – zarówno te małe, jak i duże. Poprzez ten konkurs chcieliśmy ich za to docenić i ich w tym wspierać. Odzew bardzo pozytywnie nas zaskoczył, a wybór pięciorga ambasadorów naszej marki spośród tylu fantastycznych zgłoszeń był niezwykle trudny. To pokazuje, że Nałęczowianka to przede wszystkim wspaniali pracownicy, którzy mają w sobie pragnienie!” –* podsumowuje Katarzyna Sternowska, brand manager marki Nałęczowianka.

Efekty sesji zdjęciowej zwycięzców konkursu można zobaczyć na [Facebooku](https://www.facebook.com/WodaNaleczowianka/) i [Instagramie](https://www.instagram.com/naleczowiankapl/?hl=pl) marki. Działania stanowią element nowej kampanii towarzyszącej rebrandingowi Nałęczowianki, której motywem przewodnim jest hasło: „Miej w sobie pragnienie!”. Marka przekonuje, że warto wierzyć w siebie, przekraczać własne granice i realizować cele, równocześnie dbając o właściwe nawodnienie.

**W celu uzyskania dodatkowych informacji prosimy o kontakt:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Joanna Purzycka****Koordynator ds. PR Nestlé Waters****Email: joanna.purzycka@waters.nestle.com****Mobile: +48 600 040 402** |  |

**O Nestlé**

Nestlé w Polsce jest wiodącą firmą w obszarze żywienia, zdrowia i dobrego samopoczucia z portfolio blisko 1600 produktów i prawie 70 marek, w tym m.in.: NESCAFĒ, WINIARY, GERBER, PRINCESSA, KIT KAT, LION, NESQUIK, NAŁĘCZOWIANKA oraz PURINA. Nestlé działa na polskim rynku od ponad 25 lat. Firma zatrudnia aktualnie 5500 pracowników w 8 lokalizacjach.

**O Nestlé Waters**

Numer 1 na świecie w produkcji wody butelkowanej. Firma prowadzi swoją działalność produkcyjną w 30 krajach, posiada 87 zakładów i zatrudnia blisko 28 tys. pracowników. W portfolio Nestlé Waters znajduje się 48 unikatowych marek (od naturalnych wód mineralnych po wody stołowe), włączając w to markę Nestlé Pure Life, Acqua Panna, Perrier i S.Pellegrino oraz rozlewaną w Polsce Nałęczowiankę. Poprzez te marki Nestlé Waters zachęca całe rodziny do picia większej ilości wody oraz napojów na bazie naturalnych składników, współpracuje z lokalnymi społecznościami, by chronić wspólne zasoby wodne, a także opracowuje kompleksowe rozwiązania w zakresie opakowań z tworzyw sztucznych, w celu zmniejszenia wpływu na środowisko.

**O Nałęczowiance**

Naturalna woda mineralna Nałęczowianka to naturalna woda mineralna, średniozmineralizowana i niskosodowa, którą można pić codziennie. Wydobywana jest z ujęcia o tej samej nazwie, położonego w uzdrowisku Nałęczów, które znajduje się w otulinie Kazimierskiego Parku Krajobrazowego na terenie Wyżyny Lubelskiej. Nałęczowianka nasyca się minerałami podczas 20-letniej podróży przez pokłady skał.

**Więcej informacji znajdą Państwo na stronach:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| [www.nestle.pl](http://www.nestle.pl)[www.facebook.com/NestlePL](http://www.facebook.com/NestlePL)[www.youtube.com/channel/UCNoFH\_SjF0342I8965YklXw](http://www.youtube.com/channel/UCNoFH_SjF0342I8965YklXw)<https://twitter.com/nestlepolska> | [www.naleczowianka.pl](http://www.naleczowianka.pl) [www.facebook.com/WodaNaleczowianka](http://www.facebook.com/WodaNaleczowianka) [www.youtube.com/user/WodaNaleczowianka](http://www.youtube.com/user/WodaNaleczowianka)  [www.instagram.com/naleczowiankapl](http://www.instagram.com/naleczowiankapl) |  |