



לאחר שנים של מיקוד וצבירת נכסים תדמיתיים ומיצוביים בזירת המים המינרליים, נכנסה מי עדן לשוק המסננים. כיום, החברה מספקת לצרכנים בישראל את כל פתרונות המים הדרושים להם תחת קורת גג אחת, ותחת הקונספט "לא משנה מה תבחרו - העיקר שיהיה מי עדן בבית"

וקפה, במסגרתו מוצעים לבתי עסק מגוון פתרונות שתייה מתחום המים כמו גם מעולם הקפה. ביוני 2013 נמכרה קבוצת מי עדן לקרן ההשקעות האמריקאית, Rohn Capital, המתמקדת בהשקעות בפעילויות בעלות פוטנציאל צמיחה גלובלי.

הסביבה התחרותית בישראל

שוק המים בישראל מתאפיין בתחרותיות גדולה, המורכבת ממספר שחקנים רב, הכולל חברות מים מינרליים המציעות פתרונות בכדים ובבקבוקים, ומשווקות ברים

חברת מי עדן הוקמה בשנת 1980 והייתה החברה הראשונה לשווק בישראל מים מינרליים טבעיים, שנבעו ממעיין מקומי. בנוסף, החברה הייתה אחראית ביותר מ-30 שנות פעילותה לניהול קמפיינים פורצי דרך ולהגייט סיסמאות, שקיבעו את המיצוב שלה כאיכותית, טבעית ובעלת טעם משובח ("השמפניה של הטבע").

בשנת 1998 פרצה מי עדן אל מחוץ לגבולות ישראל והפכה לחברת מים בינלאומית באמצעות הרחבת פעילותה העסקית לאירופה תחת המותג Eden. המותג פועל כיום ב-14 מדינות באירופה במודל משולב של מים

לסינון וטיהור מי ברז.

בשנים האחרונות צמח שוק פתרונות המים לבית, כשאת מנוע הצמיחה העיקרי היוותה קטגוריית הכרים למים מסוננים.

האתגרים השיווקיים

כמי שהובילה במשך שנים את תחום המים המינרליים בישראל, בפני מי עדן עמדו השנה שלושה אתגרים מרכזיים:

בתחום הכרים למים מסוננים - מי עדן

נדרשה לצאת בכשורה שהיא "הדבר הגדול הבא" ולהציג מצד אחד פתרון מוצרי חדשני וייחודי, שיתמודד מול פתרונות המים הקיימים בקטגוריה, ומצד שני לוודא כי מבחינה תקשורתית הצרכנים יבינו ש"משהו חדש וגדול קורה" ע"י מובילת הקטגוריה.

בתחום הכרים למים מינרליים בכדים - להציג חדשנות שנותנת מענה לצרכים, שמי עדן זיהתה כי קיימים, אך עדיין לא ממומשים.

בתחום הבקבוקים - לייצר חדשנות, שתבדל את המותג ותגדיל את המכירות.

הפתרונות היצירתיים

במהלך 2013, מי עדן החליטה לתת תשובה בכל אחד משלושת התחומים:

מי עדן נכנסת לשוק המסננים - לאחר שנים של פיתוח, תוך היעזרות בניסיון ובמומחיות של הפעילות המתבצעת באירופה (תחת המותג Eden), השיקה מי עדן סדרת ברים חדשניים וייחודיים במטרה להפוך לשחקן מרכזי גם בסגמנט המסננים. ביולי 2013 הושקה בישראל





www.meyeden.co.il



השקת בר המים מי עדן מיני -

במקביל לכניסה לקטגוריית המים המסוננים חיצקה השנה מי עדן את פעילותה גם בתחום המים המינרליים בכדים, עם השקת מי עדן mini - מיני בר קומפקטי למים מינרליים, שבזכות גודלו המינימלי מתאים להצבה על השיש בכל מטבח.

העמקת הפעילות בתחום

הבקבוקים - מי עדן גם חיצקה השנה את פעילותה בתחום הבקבוקים והשיקה שתי חדשנויות:

■ **פקק ספורט חדש ומעוצב**

לבקבוק האישי. בעת פתיחת הפקק ושתייה מהבקבוק, הפקק נותר פתוח בזווית המונעת חיכוך עם הלחי. בנוסף, הפקק מיוצר ללא חלק עליון נשלף ולכן הוא בטוח לילדים, היגיני לשימוש וניתן לפתוח ולסגור אותו חליפות לפי הצורך. הפקק החדש נבחר לאחר שנבדק בקרב צרכנים רבים ו"אושר" על ידם.

■ **מהדורה מיוחדת בשילוב דמויות הסרט "בית ספר**

למפלצות". במסגרת שת"פ עם דיסני, בתקופת החופש הגדול השיקה מי עדן מארזי שישיות במהדורה מיוחדת בהשראת הסרט "בית ספר למפלצות". ההשקה לוותה בהפעלת מתחם אינטרנטי חווייתי לכל המשפחה שביב עולם התוכן של הסרט.



סדרת Eden Pure - סדרת ברים, שכמוה לא הייתה בעבר בישראל, המציעה יישומים חכמים ופונקציות ייחודיות:

■ **Eden Pure Classic** - בר מעוצב למים מסוננים, פושרים, קרים, חמים ואקסטרה חמים, ובמגוון צבעים.

■ **Eden Pure Touch** - בר למים מסוננים, פושרים, קרים, חמים ואקסטרה חמים עם מסך מגע מלא ונוח להפעלה, הכולל אפשרויות תכנות מגוונות ומיכל מים מובנה (בדומה לקיים במכוונת קפה ביתיות), שאינו מחייב חיבור קבוע של הבר לברז או קידוח בשיש במטבח, ומאפשר ניידות של הבר על פי צורכי המשפחה.

■ **Eden Pure Soda** - חדשנות בינלאומית, שמבוססת על מכשיר ה-Touch עם נקודת בידול משמעותית: זהו בר המים המסוננים היחיד שמוזג גם סודה קרה בלחיצת כפתור ישירות לכוס, בשלוש רמות גיזוז. את הכניסה לקטגוריה החדשה תקשרה מי עדן באמצעות קמפיין מקיף תחת האסטרטגיה החדשה של החברה: הצרכנים בישראל כבר לא צריכים להתלבט בין פתרונות המים השונים הקיימים בשוק (ברים למים מסוננים, מים מינרליים בכדים או בקבוקים), כי "לא משנה באיזה פתרון תבחר, העיקר שיהיה מי עדן בבית".

קמפיין הטלוויזיה שליווה את ההשקה כלל שלושה סרטונים, המציגים סיטואציות מוכרות בהן נדרש "הגיבור" לשתות כוס מים בבהילות כדוגמת: אמא, שמתעלפת כשכיתה הצעירה מבשרת לה כי היא עומדת להתחתן עם טיפוס גברתי אך מפוקפק, או אשה שנחנקת במסעדה צרפתית כשנודע לה שהמנה האנינה שאכלה הכילה רגלי צפרדעים. בכל אחת מהסיטואציות, כשהדמות נשאלת איזה מים היא רוצה: מינרליים או מסוננים, מגיעה התשובה האחידה והחד משמעית: "לא משנה, העיקר שזה יהיה מי עדן".

דברים שלא ידעת על מי עדן

- **Eden Pure Soda** הוא הבר הראשון בישראל לסינון מי ברז, שהוא גם בעל מסך מגע מלא, גם נייד וגם מאפשר מזיגת סודה קרה ישירות לכוס בלחיצת כפתור.
- **לוגו הקשת הצבעוני** מלווה את מי עדן מיומה הראשון. מחקרים שעורכת מי עדן מעלים, שהקשת היא אחת מחמש האסוציאציות המיידיות שיש לצרכנים עם המותג.
- **מאז שנת 2006**, במסגרת פעילות תרומה לקהילה, מי עדן מייצרת מדי שנה סדרה מיוחדת של בקבוקי מים ורודים, שכל התרומה ממכירתם מועברת כתרומה לוראייטי.

2013

מי עדן נכנסת לשוק המסננים תחת האסטרטגיה "מינרליים או מסוננים? העיקר שיהיה מי עדן בבית".

2012

מי עדן חוזרת למקורות באמצעות השקת מהלך "אמא את תמיד דואגת לילדים שלך, אל תפסיקי".

1998

מי עדן מתרחבת מחוץ לישראל ומקימה פעילות באירופה תחת המותג Eden.

1994

עולה לאוויר הקמפיין המיתולוגי "השיירה" ומושקת הסיסמא "השמפינה של הטבע".

1988

מי עדן מקימה מערך הפצה ישירה, ומתחילה לשווק מים מינרליים בכדים.

1980

משה המאירי ז"ל מגלה תחת עץ תאנה עתיק את נביעת מעיין סלוקיה.