

CRISTINA INFANTE

DIRECTORA DE RRPP DE THE WATER COMPANY

“Ofrecemos calidad, diferenciación y exclusividad”

C. FERRER / E. CASERO

Madrid. La demanda de productos premium por parte del denominado segmento alto del mercado está en alza. Una realidad que abre nuevas oportunidades de negocio que empresas como The Water Company están aprovechando. En menos de un año se mantienen con capital propio y han establecido una importante red de distribución nacional que ahora mira también a Portugal. Fiji Water y en breve Roberto Cavalli Vodka están siendo la clave de su negocio.

¿Por qué había un hueco en el mercado para el nacimiento de The Water Company?

Nos enfrentamos a un mercado de demanda con un consumidor cada vez más informado y exigente en sus decisiones de compra. El mercado ya no es el que vende sino que es el consumidor quien exige productos que le reporten un mayor valor añadido. Conscientes de esta realidad decidimos importar productos premium y constituir The Water Company.

¿Qué tipo de productos son los que están comercializando en estos momentos?

Hemos empezado con Fiji Water, el agua número uno en Estados Unidos y caracterizada por ser la más pura del mundo. Aquello de “eres lo que bebes” está muy presente en la mente de un consumidor que por comida ya no sólo entiende lo sólido sino también lo líquido, y que se muestra cada vez más preocupado por su salud. Nuestro próximo lanzamiento, Roberto Cavalli Vodka, es también el reflejo de este nuevo consumidor que demanda cada vez bebidas más sofisticadas.



Cristina Infante, directiva de The Water Company.

¿Dónde se pueden encontrar?

En tiendas gourmet, en restaurantes top y en cadenas hoteleras superiores a cuatro estrellas que es donde localizamos al segmento que nos dirigimos.

Están orientados a un “segmento alto” del mercado. ¿Cómo es este consumidor?

Es un consumidor que reclama productos que le ofrezcan un valor añadido que encuentran tanto en la calidad como en la exclusividad de las marcas que le ofrecemos. Fiji está considerada el agua de mayor calidad del mercado y en EEUU está asociada a las celebrities. Calidad, diferenciación y exclusividad son en definitiva los tres pilares en los que se sustenta la oferta de The Water Company.

¿España es un buen mercado en el que comercializar este tipo de productos?

España es un país democráticamente joven, ávido de innovación y con un mercado que absorbe lo nuevo, lo atractivo y el buen diseño. Como consecuencia, las preferencias del consumidor también han cambiado y en muchos casos están asociadas a hábitos más saludables en los que productos como el agua juegan un papel fundamental.