



KOLASTYNA

PROTECT BEAUTY

Kosmetyki KOLASTYNA stanowią tarczę ochronną dla skóry oraz niezawodne towarzystwo podczas codziennych zabiegów pielęgnacyjnych. Technologicznie zaawansowane produkty wspomagają prawidłowe funkcjonowanie skóry każdego dnia, spełniając oczekiwania każdej wymagającej kobiety. Formuły zostały wzbogacone o COLLASTEN COMPLEX®, który wraz z odpowiednio dobranymi substancjami aktywnymi, zapewnia skórze skuteczną pielęgnację dostosowaną do rodzaju cery oraz wieku.



Kontekst rynkowy

Przemysł kosmetyczny w Polsce posiada długoletnią tradycję. Jego solidne podwaliny zostały położone w okresie Dwudziestolecia Międzywojennego, a w czasie istnienia tzw. Bloku Wschodniego Polska była głównym producentem i eksporterem kosmetyków w ówczesnej Europie Środkowo-Wschodniej. Transformacja gospodarcza rozpoczęta w 1989 roku przyczyniła się do prywatyzacji zakładów kosmetycznych. Nowe warunki ekonomiczne rozbudziły inicjatywę przedsiębiorczą wśród rodaków, w wyniku której powstało wiele firm zajmujących się produkcją i sprzedażą kosmetyków. Rynek kosmetyczny w Polsce jest ewenementem na skalę światową z racji bardzo silnej reprezentacji na półkach lokalnych marek, produkowanych zarówno w dużych i średnich przedsiębiorstwach, jak również w zupełnie niewielkich firmach. Udział w sprzedaży kosmetyków rodzimej produkcji jest wyjątkowo wysoki w porównaniu z innymi krajami (szacuje się, że sprzedaż w segmencie kosmetyków do pielęgnacji twarzy i ciała generowana przez lokalnych producentów sięga połowy obrotów). Cechą charakterystyczną branży kosmetycznej jest również wysoka konkurencyjność po stronie podażowej, bardzo zróżnicowana oferta, duża liczba graczy rynkowych oraz wysoka jakość proponowanych produktów.

Historia Marki

Początki KOLASTYNY sięgają 1983 roku. Najpierw firma zajmowała się dystrybucją surowców wykorzystywanych w produkcji kosmetyków, by następnie zmienić profil działalności

i rozpocząć również wytwarzanie produktów do pielęgnacji. Marka KOLASTYNA to prekursor kategorii preparatów ochrony przeciwsłonecznej na polskim rynku, przez wiele lat – niekwestionowany lider tego segmentu, prowadzący intensywne działania uświadamiające społeczeństwu potrzebę ochrony skóry przed szkodliwym promieniowaniem słonecznym. Produkty z charakterystycznym logo palmy na opakowaniu często były widoczne na bałtyckich plażach. Marka sukcesywnie rozwijała swoje portfolio, do którego włączyła, poza kosmetykami słonecznymi, również innowacyjne produkty do pielęgnacji ciała i twarzy, w tym kultową linię „Rajska Oliwka”.



W 2012 roku KOLASTYNA zmieniła kurs – wraz ze zmianą właściciela przeżyła rewolucję: otrzymała nową strategię i koncepcję, od początku została zaprojektowana architektura marki – nowe portfolio zostało stworzone jako odpowiedź na aktualne potrzeby konsumentek w oparciu o zaawansowane składniki aktywne. Po zmianie strategii, marka zanotowała dynamiczne dwucyfrowe wzrosty sprzedaży, w 2013 roku została liderem rynku produktów do opalania [Nielsen, cała Polska, styczeń-sierpień 2013].

Osiągnięcia

KOLASTYNA to marka kosmetyczna wielokrotnie doceniana, posiadająca wysoką rozpoznawalność wśród konsumentów. W szczególności produkty do opalania KOLASTYNA są głęboko zakorzenione w świadomości Polaków i uznawane są niemal za kultowy kosmetyk słoneczny o charakterystycznym zapachu wakacji.



Marka jest laureatem wielu nagród i wyróżnień. W 2012 roku zdobyła Laur Konsumenta w kategorii Odkrycie roku, a niektóre produkty zyskały miano Perel rynku kosmetycznego, przyznawane przez magazyn branżowy „Wiadomości Kosmetyczne”. Zauważony został również spot reklamowy, uhonorowany wyróżnieniem Idea Awards. Aprobata nowego wizerunku marki znalazła odzwierciedlenie w Qltowym Konceptcie – wyróżnieniu przyznanym przez magazyn „Kosmetyki”. W następnych latach jeszcze kilkakrotnie KOLASTYNA stała na podium plebiscytów Laur Konsumenta: złoto w kategorii Kremów do stóp (dwukrotnie) oraz w kategorii Polska marka kosmetyczna, brąz w kategorii Kremy przeciwzmarszczkowe. Kremy do rąk KOLASTYNA okazały się natomiast najlepszymi produktami w tej kategorii w 2014 roku (nagroda Najlepszy produkt – wybór konsumentów).

Oferta

KOLASTYNA jest bliska aktywnej kobiecie, doskonale rozumie jej potrzeby w zakresie pielęgnacji skóry i potrafi na nie odpowiedzieć dobrze skomponowanym produktem. Jest nowoczesna i dynamiczna, potrafi dopasować się do jej rytmu życia, jest niezastąpionym towarzyszem w codziennych zabiegach pielęgnacyjnych. To marka, która wydobywa i chroni piękno każdej kobiety.

Portfolio KOLASTYNY to ponad 200 kosmetyków do kompleksowej pielęgnacji skóry, które powstały w trosce o zachowanie piękna kobiet, by chronić ich urodę przed co-



dziennymi czynnikami, które niekorzystnie wpływają na skórę – słońce, niskie temperatury, wiatr, zanieczyszczenia, czy stres. Warunki środowiskowe oraz tryb życia osłabiają kondycję skóry, przyczyniając się do jej odwodnienia, utraty elastyczności i zdrowego koloru oraz przyspieszenia procesów starzenia. Aby zapobiec tym niepożądanym zmianom KOLASTYNA proponuje cały wachlarz kosmetyków do pielęgnacji twarzy (kremy, serum, maski, mleczka do demakijażu, toniki, płyny micelarne, żele do mycia twarzy) i ciała (balsamy, olejki, koktajle, preparaty antycellulitowe, kremy do rąk i stóp) oraz preparaty ochrony przeciwsłonecznej w szerokim wyborze form aplikacji i wysokości filtrów. Receptury kosmetyków powstają w nowoczesnym zespole laboratoriów, pracownicy działu R&D z dużą atencją dobierają aktywne składniki, wykorzystując światowe trendy kosmetyczne, by sprostać wymaganiom konsumentek.

Promocja Marki

W 2012 roku KOLASTYNA pojawiła się w nowej odsłonie – marka przeszła rewolucję, której towarzyszyła intensywna kampania reklamowa. Bohaterem reklamowego spotu telewizyjnego został krem przeciwzmarszczkowy dedykowany dla kobiet powyżej 40. roku życia z linii Repair. Istotnym przesłaniem przy realizacji spotu było ukazanie dnia z życia aktywnej kobiety, jednej z nas, wypełnionego codziennymi obowiązkami, w którym jednak jest miejsce na chwilę przyjemności i czas na zadbanie o siebie, a wybór kosmetyku nie jest przypadkowy – to produkt, który jest niezawodny i zapewnia jednym gestem odpowiednią pielęgnację. Uzupełnieniem komunikacji była szeroka kampania prasowa, wspierająca różne kategorie produktowe, skierowana do kobiet w różnym wieku.

W kolejnych latach marka była promowana jako sponsor najpopularniejszych programów telewizyjnych z istotną obecnością w prasie. KOLASTYNA jest zawsze blisko swoich konsumentek, organizuje specjalne sesje konsultacyjne, aby pomóc w doborze najbardziej odpowiednich do ich potrzeb kosmetyków. Produkty dedykowane dla młodszych konsumentek (preparaty do demakijażu, balsamy do ciała, nawilżająca linia kremów do twarzy Hydra Touch) otrzymują silne wsparcie w internecie. Słoneczne produkty KOLASTYNA są co roku obecne nad Bałtykiem – organizowanych jest szereg aktywności nadmorskich, połączonych z widocznym brandingiem na plażach, samplingiem i animacjami dla plażowiczów.

Ostatnie wydarzenia

W 2015 roku ambasadorką marki została Małgorzata Kożuchowska, jedna z najpopularniejszych polskich aktorek. Wspiera ona KOLASTYNE w komunikacji marketingowej – TV, prasa, radio – polecając produkty marki.

www.kolastyna.pl



TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- Nazwa KOLASTYNA pochodzi od nazwy dwóch podstawowych białek budulcowych skóry, odpowiedzialnych za jej jędrność i elastyczność: kolagenu i elastyny.
- Receptury KOLASTYNY bazują na COLLASTEN COMPLEX® – unikalnej kompozycji kolagenu, elastyny i glikogenu, usprawniającej metabolizm i proces dotlenienia komórek skóry oraz poprawiającej jej jędrność i elastyczność.
- KOLASTYNA to prekursor kategorii preparatów ochrony przeciwsłonecznej na polskim rynku, wieloletni lider tego segmentu.