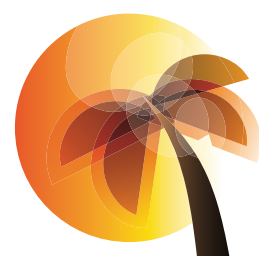


KOLASTYNA



Na przestrzeni lat KOLASTYNA troszczyła się o dobrą kondycję skóry i młodzieńczy wygląd kobiet, oferując szerokie portfolio kosmetyków do pielęgnacji twarzy i ciała. Dziś marka dba o skuteczną ochronę konsumentów podczas ekspozycji na słońce. Wieloletnie doświadczenie i know-how, dbałość o wysoką jakość i bezpieczeństwo sprawiają, że Polacy wybierają KOLASTYNE. To zaufanie znajduje odzwierciedlenie w danych rynkowych – KOLASTYNA jest marką nr 1 w Polsce w kategorii Pielęgnacji Słonecznej*.



Kontekst rynkowy

Przemysł kosmetyczny w Polsce wyróżnia długoletnia tradycja. Jego 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 latach osiemdziesiątych XX wieku przyczyniła się do prywatyzacji zakładów kosmetycznych. Nowe warunki ekonomiczne rozbużyły inicjatywę przedsiębiorczą Polaków, w wyniku której powstało wiele firm zajmujących się produkcją i sprzedażą kosmetyków. Cechą charakterystyczną dzisiejszej branży kosmetycznej w Polsce jest duża liczba graczy rynkowych, wysoka konkurencyjność, bardzo zróżnicowana oferta oraz wysoka jakość proponowanych produktów. Początki KOLASTYNY sięgają 1983 roku. Najpierw firma zajmowała się produkcją i dostawą surowców kosmetycznych, by następnie zmienić profil działalności na wytwarzanie kosmetyków. Przez wiele lat marka proponowała konsumentom innowacyjne i skuteczne kosmetyki do pielęgnacji twarzy i ciała oraz preparaty do opalania – obecnie skupiona jest wyłącznie na oferowaniu produktów ochronnych na słońce. Rynek pielęgnacji słonecznej z sezonu na sezon wykazuje tendencje wzrostowe. Polacy, coraz bardziej świadomi ryzyka płynącego z ekspozycji skóry na słońce, częściej sięgają po produkty kategorii, ale jednocześnie zmienia się ich postawa wobec wybieranych preparatów. Kilka lat temu pierwszym wyborem były produkty z niską ochroną, obecnie preferowane są te z wysoką i bardzo wysoką.

Oferta

Bliska aktywnym kobietom, ich potrzebom i oczekiwaniom, wykorzystująca obowiązujące trendy kosmetyczne KOLASTYNA stanowiła niezastąpione towarzystwo w codziennych zabiegach pielęgnacyjnych. Nieodzowną częścią oferty produktowej zawsze były preparaty ochrony przeciwsłonecznej. Aktualnie to właśnie ta kategoria reprezentuje markę. Portfolio tworzy szeroka gama nowoczesnych preparatów na słońce, opierających swoje skuteczne działanie na technologii innowacyjnej ochrony oraz kompleksie karo-



tenoidowym. Technologia innowacyjnej ochrony zapewnia fotostabilną ochronę przed promieniowaniem UVA, UVB, światłem widzialnym (VL) i promieniowaniem podczerwonym (IR), przeciwdziałając poparzeniom słonecznym, przedwczesnemu starzeniu skóry, powstawaniu przebarwień. Kompleks karotenoidowy zapewnia ochronę przed stresem oksydacyjnym, podrażnieniami, odwodnieniem. Skutecznym formułom towarzyszą lekkie i aksamitne konsystencje, łatwe i przyjemne w aplikacji. Obok produktów ochronnych (olejki, emulsje, kremy do twarzy, preparaty ochronne dla dzieci) z poziomem SPF od 6 do 50, szeroką ofertę tworzą również przyspieszające opalania oraz preparaty po opalaniu. Marka KOLASTYNA na każdy sezon przygotowuje nowości wzbogacające standardową ofertę. Dba o dostarczanie ciekawych koncepcji, innowacyjnych formułacji, a także przyjaznych form aplikacji. W sezonie 2020 debiutują suche olejki do opalania Coconut Paradise – to paskoodporne i wodoodporne produkty w wygodnym sprayu, przyjemnie chłodzące skórę podczas aplikacji, urzekające kokosową nutą zapachową. Równie ciekawą nową propozycją stanowi krem ochronny do twarzy SPF30 z efektem anti-pollution – do stosowania na plaży, jak i na co dzień w mieście. Chroni nie tylko przed promieniowaniem słonecznym, ale także przed zanieczyszczeniami środowiskowymi. Wśród nowości znajdziemy również doskonale nawilżającą linię Aqua Aksamit, opartą na dobrze znanym kwasie hialuronowym. Superlekkie konsystencje pozwalają na szybkie wchłanianie, pozostawiają skórę aksamitnie gładką. Uzupełnienie linii stanowi sorbet po opalaniu z aloesem – dla ukojenia i orzeźwienia opalonej skóry. Marka KOLASTYNA oferuje także rozwiązanie dla tych,

którzy unikają słońca, ale pragną atrakcyjnej opalenizny. Linia Luxury Bronze zapewnia skórze naturalny, brązowy kolor bez smug i przebarwień, bez efektu przesuszenia skóry – a wszystko do osiągnięcia w zaciszu domowym. W ofercie dostępne są balsamy brązujące oraz samoopalacze w mgiełce, kremie, żelu, pianie i chusteczce.

Osiągnięcia

KOLASTYNA to marka kosmetyczna z wysoką rozpoznawalnością. Wieloletnie doświadczenie, wysoka jakość, troska o bezpieczeństwo i wyczerlenie na potrzeby odbiorcy znajdują uznanie w oczach konsumentów, a także specjalistów branżowych. Marka jest laureatem wielu nagród i wyróżnień, także w okresie jej obecności w portfolio Grupy Sarantis. W 2012 roku KOLASTYNA zdobyła Laur Konsumenta: Odkrycie Roku 2012, a niektóre produkty zyskały miano Perły Rynku Kosmetycznego, przyznawanych przez magazyn „Wiadomości Kosmetyczne”. Uznanie dla koncepcji i wizerunku marki znalazło odzwierciedlenie w wyróżnieniu Qltowy Koncept, które przyznawane jest przez magazyn „Kosmetyki”. W kolejnych latach jeszcze kilkakrotnie KOLASTYNA stawała na podium plebiscytów Laur Konsumenta, odbierając dwukrotnie złoto w kategorii Kremy do Stóp, złoto w kategorii Polska Marka Kosmetyczna oraz brąz w kategorii Kremy Przeciwzmarszczkowe. Kremy do rąk KOLASTYNA okazały się najlepszymi produktami w tej kategorii w 2014 roku, zyskując nagrodę Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów. Rok 2014 zaowocował także przyznaniem marce wyróżnieniem Superbrands – Created in Poland 2014/15. Rok 2016 należał natomiast do balsamów brązujących, które otrzymały tytuł Doskonałość Roku magazynu „Twój Styl”.

HISTORIA MARKI

- 1983** Powstaje przedsiębiorstwo Laboratorium Kolastyne.
- 1991** Na rynek zostaje wprowadzona specjalistyczna seria preparatów do opalania pod marką LABORATORIUM KOLASTYNA. W krótkim czasie zdobywa pozycję lidera tej kategorii w Polsce.
- 1992** Rozpoczyna się sukcesywny rozwój portfolio marki, w kolejnych latach firma wprowadza na rynek innowacyjne i skuteczne linie do pielęgnacji twarzy i ciała.

- 2010** Grupa Sarantis zostaje właścicielem marki LABORATORIUM KOLASTYNA.
- 2012** Relaunch marki. Grupa Sarantis wdraża nową strategię i koncepcję, opracowuje nowe portfolio produktowe oferowane klientom pod marką KOLASTYNA. Na przestrzeni kolejnych lat KOLASTYNA rozszerza ofertę produktów do pielęgnacji i ochrony skóry.
- 2018** Od tego roku oferta marki KOLASTYNA skupia się wyłącznie na produktach nawiązują-

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

KOLASTYNA to marka nr 1 w Polsce w kategorii Pielęgnacji Słonecznej*.

29

Od tylu lat KOLASTYNA chroni skórę Polaków podczas ekspozycji na słońce.

W świadomości Polaków szczególne miejsce zajmują produkty do opalania. Charakterystyczny zapach preparatów oraz palma na opakowaniu utożsamiane są z latem i wyczekiwanymi wakacjami. Wybory konsumentów i podejmowane przez nich decyzje zakupowe od wielu lat stawiają markę na podium z tytułem lidera rynku.

Promocja marki

Od wielu lat KOLASTYNA jest blisko kobiet. Odpowiedni dobór mediów zawsze pozwalał na skuteczne komunikowanie nowych inicjatyw produktowych, a także na wzmacnianie świadomości marki wśród konsumentów. Ostatnie lata to aktywności komunikujące kategorię pielęgnacji słonecznej – asortyment, który dzisiaj stanowi ofertę marki. Osią komunikacji jest hasło przewodnie: „Lato pachnie Kolastyne”. Wśród wykorzystywanych mediów można wymienić: telewizję, outdoor, radio oraz digital. Dopełnienie stanowi aktywność na kontaktach społecznościowych marki – Facebooku oraz Instagramie.

www.kolastyne.pl



cych do opalania: preparatach ochrony przeciwsłonecznej oraz kosmetykach brązujących i samoopalających.

2019 Marka KOLASTYNA kolejny raz wieńczy sezon jako lider kategorii Pielęgnacja Słoneczna*.

*Sarantis za Nielsen – marka Kolastyne osiągnęła najwyższą sprzedaż wartościową i wolumenową w kategorii Pielęgnacji Słonecznej w rynku Cała Polska, Panel Handlu Detalicznego, sprzedaż wartościowa i wolumenowa w skumulowanym okresie XI 2018 – X 2019.