

Suplement diety biovital®

BIOVITAL® to marka suplementów diety, której historia sięga lat 50. XX wieku, kiedy niemiecka firma Nattermann wprowadziła na rynek tonik na bazie głogu wspierający pracę serca. Tak długa obecność na rynku sprawia, że w świadomości konsumentów BIOVITAL® wydaje się być z nimi od zawsze. Dziś, po ponad sześćdziesięciu latach obecności w Europie i czterdziestu latach na polskim rynku, BIOVITAL® jest jedną z najlepiej rozpoznawalnych marek preparatów witaminowo-mineralnych w kraju.



Kontekst rynkowy

Od momentu przejścia marki Biovital® przez węgierski koncern farmaceutyczny EGIS firma odświeżyła, rozszerzyła i unowocześniła ofertę produktów. Obecna jest w Polsce w dwóch głównych kategoriach: toników oraz preparatów multiwitaminowych dla dorosłych. Rynek toników jest wart około 60 milionów złotych (według cen cennikowych, IQVIA Pharmscope MAT, maj 2021), a multiwitamin: prawie 125 milionów złotych (według takich samych wskaźników). W kategorii toników BIOVITAL® od wielu lat utrzymuje pozycję lidera, notując udziały rynkowe na poziomie ponad 40 procent. Dzieje się to za sprawą ugruntowanej pozycji flagowego produktu BIOVITAL® Zdrowie Plus, a także sukcesu

rynkowego wprowadzonego w 2018 roku BIOVITALU® Pamięć. Kategoria charakteryzuje się w Polsce dużą sezonowością, kształtowaną przez najważniejsze w roku okazje upominkowe: Święta Bożego Narodzenia, Dzień Babci i Dziadka, Wielkanoc i Dzień Matki. Istotną cechą rynku toników jest także komunikacja skierowana do dojrzałego konsumenta. BIOVITAL® jako lider rynku, zwłaszcza w dobie pandemii COVID-19, która zaburzyła naturalną sezonowość, stanął przed wyzwaniem – czy to właściwy czas, żeby otwierać rynek na młodszego konsumenta? Efektem pozytywnej decyzji jest zupełnie nowa platforma komunikacyjna marki BIOVITAL® „ŁATWO!”, która otwiera nowy rozdział w jej wieloletniej historii.

Oferta

W 2015 roku 97 procent sprzedaży marki BIOVITAL® zapewniał najbardziej tradycyjny, swoją recepturą sięgający początków marki BIOVITAL® Zdrowie. Od tamtej pory portfolio zostało poszerzone o nowe rodzaje suplementów diety, a starsze formuły uległy odświeżeniu i unowocześnieniu. Dziś oferta BIOVITAL® w Polsce to przede wszystkim BIOVITAL® Zdrowie Plus – suplement diety wyróżniający się składnikami o wysokiej biodostępności, których skuteczność została potwierdzona w licznych opracowaniach medycznych. W składzie ma gęsty ekstrakt z owoców głogu, który poprawia ukrwienie i odżywienie organizmu, dodatkowo obniżając napięcie nerwowe; mikro-kapsułkowane żelazo, wykazujące dobrą przyswajalność bez



metalicznego smaku, przyczyniające się do zmniejszenia odczucia zmęczenia i stresu, wspomagające tworzenie czerwonych krwinek i wpływające na prawidłowy transport tlenu do komórek; kwas foliowy, pomagający w utrzymaniu prawidłowego poziomu homocysteiny, która wpływa na zdrowie serca i naczyń krwionośnych; witaminy z grupy B: tiaminę, niacynę i witaminę B₆, potrzebne organizmowi w stanach zwiększonego wysiłku fizycznego i psychicznego oraz witaminy C i E, wspierające ochronę komórek organizmu przed działaniem wolnych rodników. W ofercie firmy znajduje się również BIOVITAL® Pamięć – suplement diety stanowiący unikatowe połączenie bioaktywnych ekstraktów z trzech roślin: Bacopa monniera, Gotu kola i Ginkgo biloba, poprawiające ukrwienie i dotlenienie komórek mózgu, wsparte witaminami z grupy B: ryboflawiną, niacyną, B₆ i B₁₂, które pomagają w prawidłowym funkcjonowaniu układu nerwowego oraz przyczyniają się do zmniejszenia zmęczenia i zmęczenia, oraz witaminą E, wspierającą ochronę komórek organizmu przed działaniem wolnych rodników. BIOVITAL® Trawienie to suplement diety przeznaczony dla osób dorosłych jako naturalne wsparcie dla układu pokarmowego. Połączenie sześciu ekstraktów roślinnych: z liści karczocha, owoców kopru włoskiego, liści mięty pieprzowej, kłącza imbiru, korzenia mniszka lekarskiego i korzenia cykorii pomaga w prawidłowej pracy wątroby, nerek, żołądka (wyciąg z liści karczocha, wyciąg z cykorii, owoce kopru włoskiego, wyciąg z korzenia imbiru), wspiera naturalną florę bakteryjną przewodu pokarmowego (wyciąg z korzenia mniszka lekarskiego) oraz pomaga w zwalczaniu niestrawności, wzdęć i skurczów brzucha (wyciąg z owoców kopru włoskiego).

Promocja

Jak zmienić swoje codzienne nawyki? Najbardziej trwałe efekty dają nie jednorazowe zwroty, a małe i regularne zmiany. Dotyczy to w szczególności odżywiania, ruchu

i dbania o siebie. Taka idea przyswiała stworzeniu nowej platformy komunikacji marki BIOVITAL®. Niezależnie od tego, czy marka kieruje komunikat do seniorów, czy do konsumentów 35+, takie ewolucyjne podejście jest im o wiele bliższe niż wielkie rewolucje. Z BIOVITALEM® wejście na drogę zmian może być ŁATWE! Tworząc platformę marka miała na uwadze także jej elastyczność. „ŁATWO!” w spójny i wiarygodny sposób pozwala komunikować cały asortyment produktów BIOVITAL® – zarówno obecnych, jak i planowanych. Z BIOVITAL® Zdrowie Plus łatwo zmienić nawyki dotyczące zdrowego stylu życia, ruchu, dbania o siebie, z BIOVITAL® Pamięć łatwo utrzymać pamięć w dobrej kondycji, z BIOVITAL® Trawienie łatwo dbać o układ pokarmowy. Nowe spoty telewizyjne, dedykowane osobno każdemu z produktów z kategorii toników są oparte na jednej idei, pokazują dwa pokolenia jednej rodziny: małżeństwa 40- i 70-latków, dla których BIOVITAL® jest czynnikiem zmiany, gdy cierpią na brak energii, aby rozpocząć zmiany w swoim stylu życia, chcą wspomóc pamięć lub trawienie.

BIOVITAL® od 2016 roku jest stale obecny w telewizji w najważniejszych okresach sprzedażowych roku. Nowa komunikacja nie zmieniła tego podejścia. Już od października 2020 roku marka wystartowała z kampanią telewizyjną, która wyjątkowo nie ograniczała się do sezonu bożonarodzeniowego, Dnia Babci i Dziadka czy Dnia Matki. Nowe spoty reklamowe kampanii ŁATWO! pojawiają się także poza tradycyjnymi okazjami prezentowymi, na przykład wiosną i latem 2021 roku. Wspieranie ATL jest koordynowane z obecnością w gazetkach promocyjnych oraz z budowaniem i utrzymywaniem widoczności produktów w aptece. Dzięki dużemu formatowi i atrakcyjności opakowań toników oraz silnej rozpoznawalności marki wśród konsumentów możliwa jest budowa dużych ekspozycji produktów.

HISTORIA MARKI

1955 Firma Nattermann wprowadza na rynek wspomagający pracę serca tonik z wyciągiem z głogu. Nowy produkt otrzymuje nazwę BIOVITAL.

1980 BIOVITAL® zaczyna być dostępny w Polsce w sklepach Pewex, pojawiają się pierwsze kampanie reklamowe na krajowym rynku.

2015 EGIS PLC kupuje markę BIOVITAL®, rozpoczyna się najnowszy rozdział w historii marki.

2016 Startuje nowa komunikacja BIOVITAL®; ambasadorką marki zostaje wokalistka jazzowa Urszula Dudziak.

2017 Na rynku pojawia się BIOVITAL® Complex – multiwitaminę dla dorosłych.

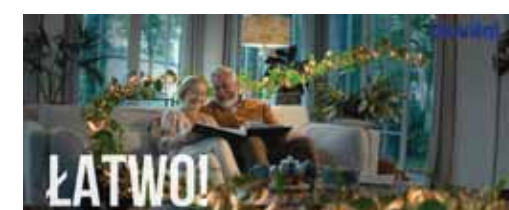
2018 Następuje zmiana formuły i wyglądu opakowań BIOVITAL® Zdrowie Plus i BIOVITAL® Pamięć; pojawiają się nowe odsłony kampanii telewizyjnych z udziałem Uli Dudziak.

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Ambasadorem marki BIOVITAL® w latach 80. XX wieku był słynny polski himalaista, zdobywca Korony Himalajów i Karakorum Jerzy Kukuczka. Zdjęcia, które Kukuczka wykonywał z produktami BIOVITAL® na szczytach zdobywanych przez siebie gór (na przykład Shisha Pangmy w 1987 roku), były wykorzystywane w promocji produktów, sygnowanych wówczas hasłem „Siła, sprawność, wytrzymałość”.

33

Na tyle dni codziennego wsparcia organizmu wystarczy 1 opakowanie toników BIOVITAL® o pojemności 1000 ml. ŁATWO w ciągu miesiąca zacząć zmieniać swoje nawyki.



Ostatnie wydarzenia

Rok 2020 stanowił wielkie wyzwanie dla rynku OTC. Tradycyjna sezonowość uległa zaburzeniu, hierarchia kategorii w aptekach diametralnie się zmieniła. BIOVITAL® postawił na dalsze budowanie portfela toników, rozwijając warianty wprowadzone na rynek w 2018 i 2019 roku. Kampania reklamowa objęła nie tylko spoty TV, ale także serwisy VOD i ekrany w galeriach handlowych. Udało się nie tylko utrzymać sprzedaż głównego SKU marki, czyli BIOVITAL® Zdrowie Plus, ale też zapewnić dwucyfrowe wzrosty nowszych produktów: BIOVITAL® Pamięć i BIOVITAL® Trawienie. Sprawilo to, że na stabilnym rynku marka BIOVITAL® konsekwentnie buduje udziały i ugruntowuje pozycję lidera.

www.biovital.pl