

# BIG-ACTIVE

Marka Big-Active powstała w 2000 roku z prawdziwej pasji do herbaty. Jest synonimem wysokiej jakości składników i innowacyjnych połączeń smakowych. Oferuje niespotykaną różnorodność kompozycji dużych liści herbaty, kawałków owoców i płatków kwiatów, pozwalając konsumentom odkrywać egzotyczne smaki z różnych zakątków świata.



## Kontekst rynkowy

Herbaty cieszą się w Polsce ogromną popularnością. Więcej niż połowę wartego ponad 1,6 miliarda złotych rynku stanowią herbaty czarne; istotnymi segmentami są herbaty zielone, owocowe i białe. Polacy są także otwarci na nowości i coraz częściej sięgają po herbaty białe, yerba mate czy rooibos.

Konsumenci cenią wygodę, dlatego większą popularnością niż herbaty liściaste cieszą się warianty ekspresowe, dzięki którym szybko i łatwo można przygotować ulubiony napar.

Big-Active zajmuje miejsce na podium w kategorii herbat zielonych, czerwonych i białych. Jednocześnie marka dynamicznie się rozwija, systematycznie umacniając swoją pozycję w katego-

riach herbat czarnych, czarnych aromatyzowanych i funkcjonalnych.

## Oferta

Big-Active to różnorodna oferta starannie dobranych kompozycji najwyższej jakości liści herbacianych, kawałków owoców i barwnych płatków kwiatów – herbat zielonych, czarnych i czarnych aromatyzowanych, funkcjonalnych, czerwonych, owocowych, a także herbaty białej, yerba mate, matcha czy rooibos.

Najważniejszy dla marki jest segment herbat zielonych. Konsument znajdzie w nim szeroką ofertę smaków dostępnych zarówno w formie liściastej, jak i ekspresowej. Tym, co wyróżnia zielone herbaty Big-Active na rynku, jest wyjątkowe połączenie wyselekcjonowanych liści

krzewu herbacianego z dodatkami tropikalnych owoców i barwnych płatków kwiatów. W różnorodnej ofercie dostępne są zarówno kompozycje cytrusowe, na przykład Limonka z Mandarynką, jak i słodkie połączenia smakowe - Malina z Marakują czy Mango z Opuncją; największą popularnością cieszy się wariant ekspresowy Pigwa z Granatem.

Marka jako pierwsza wprowadziła na polski rynek herbaty czerwone i pozostaje liderem tego segmentu. Czerwona herbata Big-Active Pu-Erh ma unikatowy korzenny smak i głęboką, charakterystyczną barwę, a oferta Big-Active obejmuje zarówno jej warianty liściaste, jak i ekspresowe. Tradycyjny smak herbaty czerwonej jest w nich ciekawie przełamany nutami cytrynowymi lub grejfrutowymi, które nadają naparowi przyjemną świeżość.



Marka dynamicznie rozwija się także w najpopularniejszym segmencie herbat czarnych. Herbaty Big-Active Ceylon oraz Earl Grey to gwarancja głębokiego i pełnego smaku starannie wyselekcjonowanych liści herbacianych z certyfikowanych cejlońskich upraw. Wyjątkową propozycją smakową w asortymencie marki są herbaty czarne aromatyzowane. Ofertę dla siebie znajdują tu zarówno osoby, które preferują wygodę herbat ekspresowych, jak i te, które chętniej sięgają po herbaty liściaste. Najchętniej wybieranym smakiem jest Earl Grey & Cytrusy, ale popularność zyskują również dwa nowe smaki: Jeżyna & Marakuja oraz Earl Grey & Płatki Róży. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom konsumentów, którzy chcą dbać o siebie w sposób holistyczny, wspierając się odpowiednimi produktami, marka Big-Active oferuje różnorodny asortyment herbat funkcjonalnych. Funkcjonalność zapewniają im odpowiednio dobrane składniki aktywne, a dzięki egzotycznym dodatkom mają przyjemne smaki. Szeroka oferta pozwala dobrać wariant najlepiej dostosowany do indywidualnych potrzeb takich jak wspomaganie odchudzania – 4x Super Slim, spalania – Active Burn, oczyszczania organizmu – Detox, relaksacji – Relax czy koncentracji – Focus. Big-Active ma też propozycję dla tych, którzy preferują delikatny smak, bez herbacianej goryczki: herbaty białe. Subtelne, lekko słodkie, powstają z młodych liści herbaty, a wyjątkowy charakter zyskują dzięki ciekawym dodatkom takim jak aloes, figa, kwiat wiśni, tajska cytryna czy jaśmin. W kategorii cieszących się dużą popularnością herbat owocowych Big-Active oferuje trzy innowacyjne połączenia smakowe owoców egzotycznych z polskimi owocami: Dark Fruits, Red Fruits oraz Orange Fruits. Specjalnie z myślą o konsumentach poszukujących inspirujących nowości marka Big-Active stworzyła linię Herbatki Świata, obejmującą Rooibos z pomarańczą i wanilią, Yerba Mate z limonką i trawą cytrynową oraz Matchę z zieloną herbatą i limonką.

## Osiągnięcia

Marka Big-Active jest ceniona przez konsumentów za innowacyjność, wysoką jakość i różnorodność oferty.

## HISTORIA MARKI

- 2000** Powstaje marka Bio-Active. Na rynek wchodzi herbaty czerwone Pu-Erh.
- 2002-2006** Marka poszerza ofertę o herbaty białe, zielone i funkcjonalne.
- 2011** Marka zostaje przejęta przez Herbapol Lublin S.A.
- 2012** Nowy właściciel zmienia nazwę marki z Bio-Active na Big-Active.



Potwierdzeniem ich zaufania i uznania są liczne nagrody. Linia Herbatki Świata otrzymała wyróżnienie w konkursie Superprodukt Świata Kobiety 2022; jury doceniło ją za „chwile błogiej przyjemności z filiżanką lub kubkiem aromatycznego naparu pod każdą szerokością geograficzną”. W 2023 roku herbata Big-Active Earl Grey Ceylon Black otrzymała wyróżnienie w kategorii herbat czarnych w konkursie „Złoty Paragon – Nagroda Kupców Polskich”. Dzięki konsekwentnie realizowanej strategii rozwoju oraz dbałości o spełnianie oczekiwań nawet najbardziej wymagających konsumentów marka Big-Active utrzymuje silną pozycję rynkową. Herbaty zielone, białe i czerwone są niezmiennie najczęściej wybierane przez klientów, co daje marce w tych kategoriach tytuł lidera.

## Promocja

Big-Active prowadzi stale i szeroko zakrojone działania komunikacyjne, wykorzystując innowacyjne koncepcje i nowoczesne kanały.

Kampanie telewizyjne i digitalowe nieustannie wzmacniają świadomość marki i jej wyróżników. Kluczowa dla



## TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

- Marka Big-Active jako pierwsza wprowadziła i spopularyzowała wśród polskich konsumentów herbatę czerwoną.
- Rocznie do produkcji herbat Big-Active marka zużywa 240 ton suszonych liści zielonej herbaty.

## 144 miliony

– tyle torebek herbaty ekspresowej Big-Active zaparzają w ciągu roku polscy konsumenci.

Big-Active kategoria herbat zielonych jest regularnie wspierana kampaniami TV oraz online w najpopularniejszych serwisach internetowych i na kanale YouTube. Kampania „Zielone herbaty Big-Active – nowy wymiar przyjemności!” w wyjątkowy sposób podkreśla niezwykle doznania, jakich dostarcza każda filiżanka naparu.

Silne wsparcie promocyjne w digitalu otrzymuje corocznie także kategoria herbat czarnych. Głównym kanałem komunikacji jest YouTube, a przygotowany na potrzeby kampanii spot podkreśla oryginalne pochodzenie herbaty – wprost z najlepszych certyfikowanych cejlońskich upraw, będące gwarancją pełnego smaku, wyjątkowego aromatu i głębokiej barwy.

Marka funkcjonuje także w mediach społecznościowych, zarówno prowadząc profile na Facebooku oraz Instagramie, jak i współpracując z influencerami. Jej stałą obecność w mediach tradycyjnych i elektronicznych zapewniają działania public relations.

## Ostatnie wydarzenia

W minionych dwóch latach marka zrealizowała działania służące poprawie wygody użytkownika herbat ekspresowych: torebki zyskały zawieszkę ułatwiającą zaparowanie oraz pojedynczą kopertkę, która pozwala zachować aromat dłużej i zabrać ulubioną herbatę np. do torebki. Z myślą o konsumentach, którzy chcą odkrywać nowe smaki, także te pochodzące z różnych zakątków globu, marka Big-Active wprowadziła wyjątkową linię Herbatki Świata, opartą na składnikach takich jak uprawiany w Republice Południowej Afryki czerwono krzew, wywodzący się z Ameryki Południowej yerba mate czy azjatycka matcha.

<https://big-active.pl/>

torebki z zawieszką w formatach ekspresowych, pakowanych w pojedyncze kopertki. Rusza kampania TV „Zielone herbaty Big-Active – nowy wymiar przyjemności!”.

**2022** Marka unowocześnia portfolio i poprawia funkcjonalność oraz wygodę użytkownika wszystkich herbat ekspresowych Big-Active.