



Vizir to jedna z wiodących marek środków do prania na krajowym rynku, oferowana przez koncern Procter & Gamble. Proszki, kapsułki i płyny w charakterystycznych pomarańczowych opakowaniach towarzyszą polskim rodzinom już od ponad 3 dekad. Dzięki wyjątkowym formułom piorącym, każdego dnia skutecznie zaspokajają ich potrzeby w zakresie usuwania zabrudzeń, zapewnienia olśniewającej bieli i utrzymania intensywności kolorów.



#### Kontekst rynkowy

Środki do prania to jedna z najlepiej ugruntowanych kategorii sektora FMCG o prawie maksymalnej penetracji rynku i intensywnej dystrybucji. Wolumen kategorii jest płaski, dlatego zwiększanie wartości sprzedaży jest możliwe niemal wyłącznie poprzez innowacje i przekierowanie konsumentów do segmentu premium. Na kategorię składają się trzy formy środków piorących: kapsułki, proszki oraz płyny. W sektorze obecnych jest wielu graczy, ale wartościowo ponad 60 procent rynku dzielą pomiędzy siebie 3 kluczowe marki, w tym Vizir.

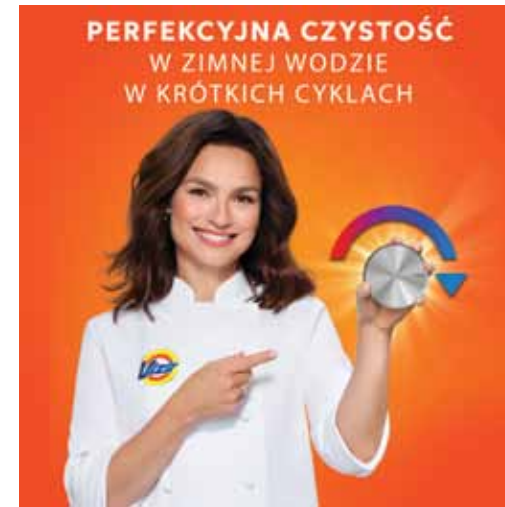
#### Oferta

Vizir oferuje portfolio produktów podstawowych (Allin1) oraz premium (Platinum). Choć marka kojarzy się z ha-

słem „bielsze nie będzie”, oprócz wariantu Alpejska Świeżość do białych i jasnych tkanin, klienci mają do dyspozycji także linię Kolor, a miłośnicy ciemnych tkanin – kapsułki Vizir Platinum PODS® +Świeżość Lenor. Osoby poszukujące dodatkowej wydajności i efektów mogą sięgnąć po nowo wprowadzoną linię Vizir Platinum +Fairy Efekt, dostępną zarówno w formie kapsulek jak i proszku, w wariantach do białych i jasnych oraz kolorowych ubrań, umożliwiającą usuwanie tłustych plam już w pierwszym praniu. Małe i średnie paczki kapsulek są dostępne w kartonowych opakowaniach: na półkach sklepowych można znaleźć pomarańczowe kartonowe pudełka ECOCLIC®, wykonane w 70 procentach z włókien pochodzących z recyklingu i posiadające certyfikat FSC.

#### Osiągnięcia

Vizir od lat zajmuje miejsce na podium w segmencie środków do prania w Polsce pod względem wartościowego udziału w rynku. Dzięki znaczącym innowacjom, wprowadzonym w ostatnim roku: możliwości prania w zimnej wodzie i w ramach krótkich cykli, 4-komorowym kapsułkom Vizir Platinum PODS® i opakowaniu ECOCLIC® jest także liderem premiumizacji kategorii i ma drugi najwyższy kapitał marki (brand equity), z doskonałymi wynikami w zakresie usuwania plam i gwarantowania tkaninom nieskazitelnej bieli. Obok innowacyjnej oferty w DNA marki wpisane są także działania pomocowe. W 2017 roku, Vizir we współpracy z Towarzystwem Nasz Dom, działa-



#### TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

Marka Vizir została stworzona specjalnie na polski rynek. Na świecie jest znana pod nazwą Tide.

#### 8+ tysięcy

– tylu dzieciom z placówek opiekuńczo-wychowawczych pomogła marka Vizir w ramach sześciu edycji kampanii „Ubrania od Serca”.

jącym w ramach Funduszu Korczaka, zainicjował własny program charytatywny „Ubrania od Serca”. Projekt ma na celu wsparcie placówek opiekuńczo-wychowawczych w wysiłkach na rzecz zmniejszenia nierówności pomiędzy ich podopiecznymi a rówieśnikami wychowującymi się w rodzinach biologicznych. Organizatorom przyświeca idea, że każde dziecko powinno mieć równe szanse kształtowania swojej przyszłości i nawet najmniejsza pomoc jest ważna. Każdy, kto kupi wybrane produkty marki Vizir w opakowaniach z pomarańczowym sercem, staje się fundatorem bonów na samodzielny zakup nowych ubrań przez najbardziej potrzebujące dzieci.

#### Promocja

Vizir emituje historycznie najskuteczniejszą reklamę telewizyjną na rynku – najlepiej zapamiętywaną przez konsumentów, z ciągłą i spójną komunikacją, promującą kapsułki. Ideą kampanii jest zmiana sceptyków w zwolenników za pomocą prawdziwych „torture tests” (np. usuwania ogromnej plamy z pesto). Aby zapewnić lokalny kontekst, marka reprezentowana jest w Polsce przez Anię Starmach, kucharkę i jurorkę programu telewizyjnego MasterChef. Ambasadorka jest obecna w komunikacji Vizir 360 stopni: reklamach telewizyjnych i digitalowych, w działaniach PR, a wizerunek Ani umieszczony jest na materiałach POSzających się w większych sklepach detalicznych przy półkach z produktami Vizir.

#### Ostatnie wydarzenia

Najnowsza innowacja marki Vizir, wprowadzona we wrześniu 2023 roku w segmencie kapsulek i proszku, to linia Vizir Platinum +Fairy Efekt, zastępująca poprzednią o nazwie „Większa Siła Odplamiania”. W odpowiedzi na potrzeby konsumentów, którzy wskazali, że wśród trudnych do usunięcia zabrudzeń największy problem sprawiają im plamy z tłuszczu, linia łączy moc Vizir z efektem Fairy, umożliwiając efektywne usuwanie 100 procent plam z tłuszczu nawet w zimnej wodzie. Ponadto w całym portfolio marki wprowadzane są rozwiązania umożliwiające skuteczne usuwanie zabrudzeń w krótkich cyklach prania.

<https://www.everydayme.pl/marki/vizir>



#### HISTORIA MARKI

**1992** Na polski rynek trafia proszek do prania Vizir.

**2004** Ambasadorem marki Vizir zostaje Zygmunt Chajzer.

**2007** Rusza kampania „Narodowe Wyzwanie Vizir”.

**2011** Na polski rynek trafiają nowe formy produktów: 1-komorowe kapsułki i płyn do prania Vizir.

**2012** Rozpoczyna się akcja Viziriada.

**2013** Na rynek trafiają 3-komorowe kapsułki do prania Vizir.

**2017** Premiera Vizir Go PODS® z udoskonaloną formułą piorącą. W grudniu rusza pierwsza edycja programu charytatywnego „Ubrania od Serca”.

**2018** Nową ambasadorką marki zostaje Ania Starmach. Marka wprowadza kolejną innowację: kapsułki Vizir Allin1 PODS®.

**2020** Vizir wspiera program „Szlachetna Paczka”.

**2021** W portfolio marki pojawiają się produkty kategorii premium. Vizir angażuje się w pomoc w ramach Akademii Przyszłości oraz Szlachetnej Paczki.

**2022** Na rynek wchodzi Vizir Platinum PODS® +Świeżość Lenor, do ciemnych i czarnych ubrań. Marka wprowadza nowe, kartonowe opakowanie kapsulek ECOCLIC® oraz nową formułę produktów zapewniającą idealne rezultaty prania nawet w zimnej wodzie (30°C).

**2023** Premiera linii Vizir Platinum +Fairy Efekt, o wyjątkowej formule umożliwiającej jeszcze skuteczniejsze usuwanie trudnych plam i dające doskonałe rezultaty, także przy krótkich cyklach prania.