

Suplement diety
biovital®

Historia marki BIOVITAL® sięga lat 50. XX wieku, kiedy niemiecka firma Nattermann wprowadziła na rynek tonik na bazie glogu, wspierający pracę serca. Tak długa obecność na rynku sprawia, że w świadomości konsumentów BIOVITAL® wydaje się towarzyszyć im od zawsze. Dziś, po ponad 60 latach obecności w Europie i 40 latach na polskim rynku, BIOVITAL® jest jedną z najlepiej rozpoznawalnych marek preparatów witaminowo-mineralnych w Polsce i udowadnia, że ŁATWO o zmiany z BIOVITALEM®!

Kontekst rynkowy

Należąca od 2015 roku do węgierskiego koncernu farmaceutycznego EGIS PLC marka BIOVITAL® jest w Polsce obecna w dwóch głównych kategoriach produktowych: toników witaminowych, której wartość sięga 55 milionów złotych, oraz preparatów multiwitaminowych o łącznej wartości około 120 milionów złotych. O ile sprzedaż ilościowa toników spada – zmieniają się zachowania konsumentów i postrzeganie toniku jako idealnego upominku dla seniorów – BIOVITAL® pozostaje liderem rynku z udziałem ilościowym na poziomie 36 procent i wartościowym – 41 procent (IQVIA Flexview MAT 08/2025) oraz nadaje rytm jego sezonowości: szczyt zakupów przypada na okres Bożego Narodzenia, Dnia Babci i Dziadka oraz Dnia Matki. Swoją pozycję marka zawdzięcza flagowemu produktowi BIOVITAL® Zdrowie Plus oraz sukcesowi rynkowemu wprowadzonego w 2018 roku BIOVITAL® Pamięć. Na dużo większym i bardziej konkurencyjnym rynku witamin dla dorosłych BIOVITAL® Complex Ona i On zajmują stabilną 7. pozycję i mają w nim 3 procent udziałów.

Oferta

Jeszcze w 2015 roku 97 procent sprzedaży marki BIOVITAL® zapewniał podstawowy, najbardziej tradycyjny i sięgający swoją recepturą początków marki – lat 50. XX wieku – BIOVITAL® Zdrowie. Od tamtej pory portfolio marki rozszerzyło się o nowe rodzaje suplementów diety, a starsze formuły produktów uległy odświeżeniu i unowocześnieniu. Dziś oferta marki 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 glogu, zwiększający dopływ tlenu, poprawiający ukrwienie i odżywienie organizmu oraz obniżający napięcie nerwowe; mikrokapsułkowane żelazo, które wykazuje dobrą przyswajalność bez metalicznego posmaku, zmniejsza uczucie zmęczenia i stresu oraz wspomaga tworzenie czerwonych krwinek i wpływa 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, 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 jest również BIOVITAL® Pamięć – suplement diety, stanowiący unikatowe połączenie bioaktywnych ekstraktów z trzech roślin: *Bacopa monniera*, *Gotu kola* i *Ginkgo biloba*, poprawiających ukrwienie i dotlenienie komórek mózgu, wspartych witaminami z grupy B, które pomagają w prawidłowym funkcjonowaniu układu nerwowego, przyczyniając się do zmniejszenia zmęczenia i znużenia, oraz witaminą E, wspierającą ochronę komórek organizmu przed działaniem wolnych rodników. Suplement diety BIOVITAL® Complex Ona to połączenie witamin i mikroelementów dla kobiet pragnących zadbać o kondycję włosów, skóry i paznokci, wesprzeć układ hormonalny, zachować odporność i wspomóc funkcje psychologiczne. Preparat został wzbogacony olejem z wiesiołka, zawierającym m.in. kwas gamma-linolenowy (GLA, min. 9%).

Suplement diety BIOVITAL® Complex On to połączenie witamin i mikroelementów wspierających prawidłowe funkcjonowanie organizmu, szczególnie rekomendowane mężczyznom przepracowanym i przemęczonym, chcącym zachować odporność i energię. Preparat został wzbogacony standaryzowanym ekstraktem z żeń-szenia.

Osiągnięcia

Pomimo trwającego od lat spadku sprzedaży całej kategorii toników witaminowych, związanego ze zmianą zwyczajów zakupowych i pojawieniem się nowszych formatów produktów, toniki BIOVITAL® od ponad 5 lat utrzymują udział wartościowy powyżej 40 procent i udział ilościowy powyżej 35 procent. Pozycji rynkowej marki BIOVITAL® nie zmieniło ani pojawienie się na rynku marek własnych sieci, ani nowych, markowych konkurentów.

Promocja

Istotną cechą rynku toników – poza jego sezonowością – jest komunikacja skierowana do dojrzałego



konsumenta, ugruntowana wieloletnim pozycjonowaniem produktów jako oferty dla seniorów. W dobie pandemii COVID-19, która zaburzyła naturalną sezonowość, BIOVITAL® jako lider rynku stanął przed wyzwaniem otwarcia go na młodsze grupy wiekowe. Efektem tej decyzji jest nowa platforma komunikacyjna marki – „ŁATWO!”. Jej stworzeniu przyswiecała idea, że najbardziej trwale efekty dają nie jednorazowe zwroty, a małe i regularne zmiany codziennych nawyków. Dotyczy to w szczególności odżywiania, ruchu i dbania o siebie. 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 nową platformę komunikacji 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, z BIOVITAL® Pamięć łatwo utrzymać pamięć w dobrej kondycji. Nowe spoty telewizyjne, dedykowane osobno każdemu z produktów z kategorii toników, ale oparte na jednej idei, pokazują dwa pokolenia jednej rodziny: małżeństwa 40- i 70-latków, dla których BIOVITAL® jest czynnikiem zmiany, kiedy cierpią na brak energii lub chcą wesprzeć pamięć. Od 2016 roku BIOVITAL® roku jest stale obecny w telewizji w najważniejszych okresach sprzedażowych



HISTORIA MARKI

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

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

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

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

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

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

2019 Na rynek wchodzi BIOVITAL® Trawienie – suplement diety wspierający układ pokarmowy.

2020 Nowa platforma komunikacyjna „ŁATWO!” – dedykowane spoty telewizyjne dla całego portfolio toników. Rozszerzenie wsparcia poza tradycyjne okresy prezentowe.

TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

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!

roku: przypomina o najważniejszych okazjach upominkowych, pozostając synonimem odpowiedzialnego i zdrowego prezentu dla najbliższych. Wsparcie ATL jest koordynowane z obecnością w gazetkach promocyjnych oraz budowaniem i utrzymywaniem widoczności w aptekach. Dzięki dużemu formatowi i atrakcyjności wizualnej opakowań toników oraz wysokiej rozpoznawalności marki wśród konsumentów możliwa jest budowa dużych ekspozycji produktów. Dziś marka BIOVITAL® stawia na komunikację telewizyjną skupioną wokół kluczowych momentów upominkowych w roku i rozbudowuje działania w Internecie, docierając do młodszych poszukiwaczy prezentów dla najbliższych. Dojrzałość kategorii toników sprawia, że w ostatnich latach istotna staje się także współpraca w sieciach aptek, które poszukują liderów w wybranych kategoriach i stawiają w ramach *category managementu* na rozpoznawalne marki, takie jak BIOVITAL®.

biovital.pl