



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 trzech dekad. Dzięki wyjątkowym formułom piorącym każdego dnia skutecznie zaspokajają ich potrzeby w zakresie usuwania zabrudzeń, zapewniania 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 intensywniej dystrybucji. Rynek jest ilościowo stabilny – wzrost dotyczy głównie wartości poprzez innowacje produktowe, uptrading i upsizing. Utrzymująca się presja inflacyjna wpływa na zmianę nawyków konsumentów. Składające się na 50 procent wartości kategorii marki premium stoją przed wyzwaniem wolumenowym, rywalizując z aktywnie działającą tańszą konkurencją. Vizir utrzymuje pozycję w segmencie premium, chroniąc swój udział w kategorii i wzmacniając wizerunek w oczach konsumentów.

Oferta

Vizir oferuje portfolio produktów podstawowych (Allin1) oraz *premium* (Platinum). Choć marka kojarzy się z hasłem „Bielsze nie będzie”, oprócz wariantu Alpejska Świeżość do białych i jasnych tkanin klienci mają do wyboru także linię Kolor. Osoby poszukujące dodatkowej wydajności i efektów mogą sięgnąć po linię Vizir Platinum + Fairy Efekt dostępną w formie kapsułek, proszku i płynu w wariantach do białych i jasnych oraz

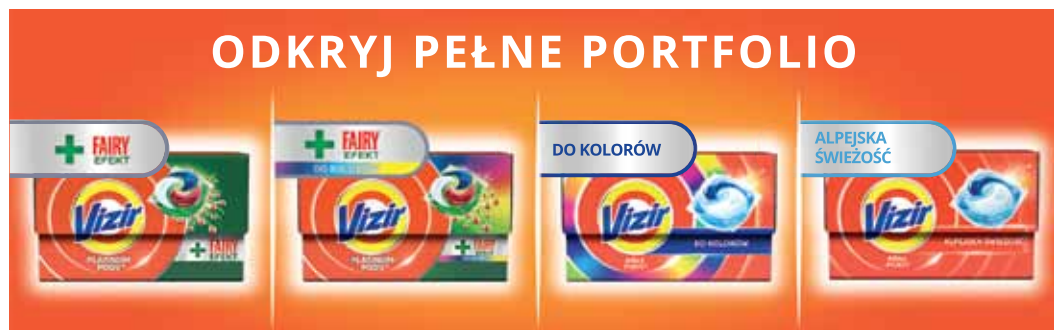
kolorowych ubrań, umożliwiającą usuwanie tłustych plam już w pierwszym praniu. Małe i średnie paczki kapsulek są dostępne w kartonowych opakowaniach – na półkach sklepowych można znaleźć pomarańczowe kartonowe pudełka SECURECLIC®.

Osiągnięcia

W segmencie środków do prania w Polsce Vizir od lat zajmuje miejsce na podium pod względem wartościowego udziału w rynku. Dzięki znaczącym innowacjom, wprowadzonym w ostatnich latach: możliwości prania w zimnej wodzie i w ramach krótkich cykli, 4-komorowym

kapsułkom Vizir Platinum PODS® i opakowaniu SECURECLIC® jest także liderem premiumizacji kategorii i ma silny kapitał marki (brand equity), z doskonałymi wynikami w zakresie usuwania plam i zapewniania tkaninom nieskazitelnej bieli.

Obok innowacyjnej oferty, w DNA marki wpisane są także działania pomocowe. W 2017 roku Vizir we współpracy z Towarzystwem Nasz Dom, działającym w ramach Funduszu Korczaka, zainicjował własny program charytatywny „Ubrania od Serca”. Licząc od początku prowadzenia programu, udało się pomóc w sumie ponad 10 tysiącom podopiecznych placówek



ODKRYJ PEŁNE PORTFOLIO



opiekuńczo-wychowawczych z całej Polski. W kwietniu 2025 roku Vizir zainicjował kampanię „Razem uskrzydłamy mamy”, której celem była realna poprawa warunków życia matek w potrzebie. Marka nawiązała współpracę ze Stowarzyszeniem Twoja Rodzina, prowadzącym Dom Samotnej Matki w Zielonej Górze. Placówka wymagała remontu pomieszczeń takich jak pralnia, kuchnia, jadalnia czy sypialnia – na ten cel przeznaczone zostały środki ze sprzedaży produktów Vizir. Aby wesprzeć akcję, wystarczyło dokonać zakupu produktów

Vizir w dowolnym sklepie sieci Kaufland. Akcja obejmowała wszystkie proszki, płyny oraz kapsułki Vizir.

Promocja

Vizir emituje historycznie najsukceszniejszą reklamę telewizyjną na rynku – najlepiej zapamiętywaną przez konsumentów, z ciągłą i spójną komunikacją, promującą kapsułki oraz proszek do prania w wariantach + Fairy Effect. Ideą kampanii jest zmiana sceptyków w zwolenników za pomocą prawdziwych „torture tests”

TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

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

10+ tysięcy

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

(np. usuwania ogromnej plamy z pesto). Aby zapewnić lokalny kontekst, marka reprezentowana jest w Polsce przez Anię Starmach, znaną Polakom między innymi z programu MasterChef. Ambasadorka jest obecna w komunikacji Vizir 360 stopni: w reklamach telewizyjnych i digitalowych oraz działaniach PR, a jej wizerunek widnieje na materiałach POS przy półkach z produktami Vizir w większych sklepach detalicznych.

Ostatnie wydarzenia

Wprowadzona we wrześniu 2023 roku linia Vizir Platinum + Fairy Efekt zastąpiła poprzednią o nazwie „Większa Siła Odplamiania”. Linia powstała w odpowiedzi na potrzeby konsumentów, którzy wskazali, że wśród trudnych do usunięcia zabrudzeń największy problem sprawiają im plamy z tłuszczu. Moc Vizir połączony został z efektem Fairy, umożliwiając efektywne usuwanie 100 procent plam z tłuszczu nawet w zimnej wodzie. Vizir nieustannie unowocześnia swoją ofertę. W 2025 roku na rynku pojawiły się płyny i kapsułki Vizir + Fairy Efekt o nowej, ulepszonej formule, która zapewnia jeszcze lepsze rezultaty prania w zimnych i krótkich cyklach.

everydayme.pl/marki/vizir

HISTORIA MARKI

1992	Na polski rynek trafia proszek do prania Vizir.	2017	Premiera Vizir Go PODS® z udoskonaloną formułą piorącą. W grudniu rusza pierwsza edycja programu charytatywnego „Ubrania od Serca”.	2023	Premiera linii Vizir Platinum + Fairy Efekt, o wyjątkowej formule, umożliwiającej jeszcze skuteczniejsze usuwanie trudnych plam i dające doskonałe rezultaty, nie tylko w zimnych, ale także przy krótkich cyklach prania.
2004	Ambasadorem marki Vizir zostaje Zygmunt Chajzer.	2018	Nową ambasadorką marki zostaje Ania Starmach. Marka wprowadza kolejną innowację: kapsułki Vizir Allin1 PODS®.	2024	Marka wprowadza ulepszone opakowania o świeższym wyglądzie i trwalszym zapachu produktów w proszku, odzwierciedlające aktualne trendy konsumenckie.
2007	Rusza kampania „Narodowe Wyzwanie Vizir”.	2020	Vizir wspiera program „Szlachetna Paczka”.	2025	Na rynku pojawia się nowa, ulepszona formuła kapsulek i płynów do prania Vizir. Rusza zainicjowana przez markę akcja „Razem uskrzydłamy mamy”, której celem jest realna pomoc matkom w potrzebie – remont Domu Samotnej Matki w Zielonej Górze.
2011	Na polski rynek trafiają nowe formy produktów: 1-komorowe kapsułki i płyn do prania Vizir.	2021	W portfolio marki pojawiają się produkty kategorii <i>premium</i> . Vizir angażuje się w pomoc w ramach Akademii Przyszłości oraz Szlachetnej Paczki.		
2012	Rozpoczyna się akcja Viziriada.	2022	Marka wprowadza nowe, kartonowe opakowanie kapsulek ECOCLIC® oraz nową formułę produktów zapewniającą idealne rezultaty prania nawet w zimnej wodzie (30°C).		
2013	Na rynek trafiają 3-komorowe kapsułki do prania Vizir.				