

# caffetin



## Tržište

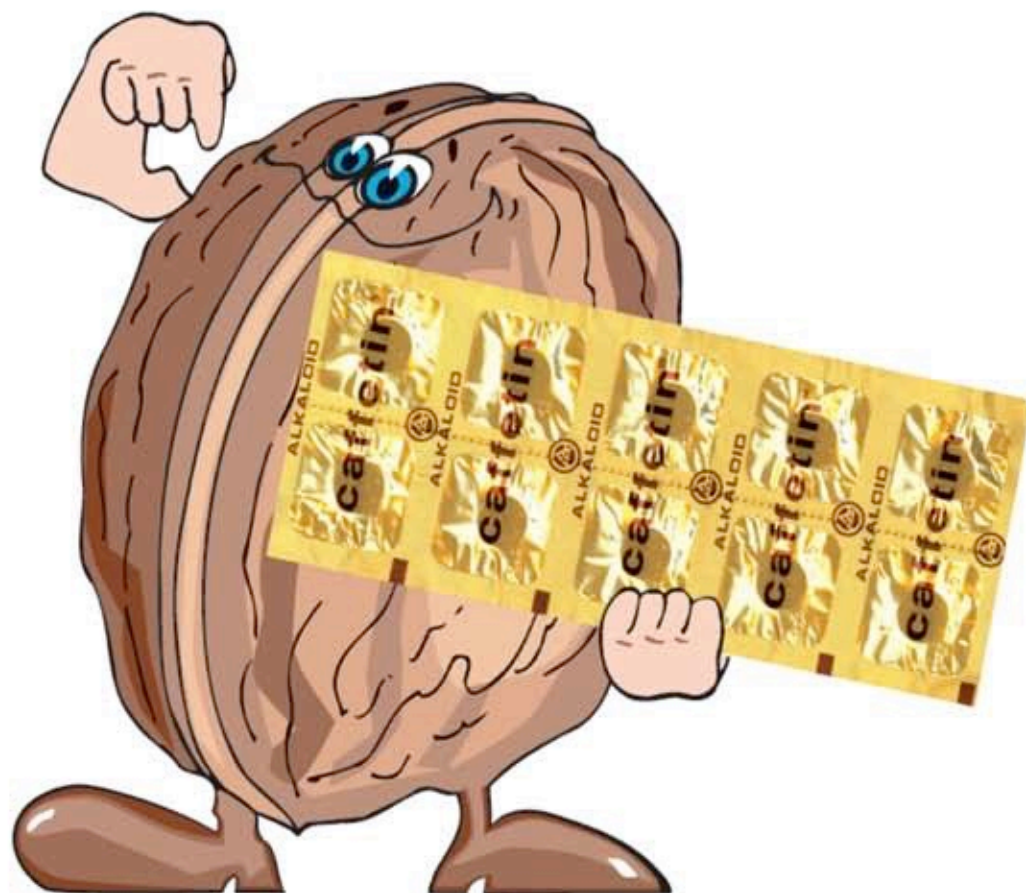
Caffetin je jedan od najuspješnijih analgetika proizvedenih na području bivše Jugoslavije. To je proizvod farmaceutske kompanije Alkaloid AD Skoplje iz Makedonije. Caffetin predstavlja analgetik prvog izbora za bosanskohercegovačke potrošače. Lansiran je još 1957. godine i tokom pet decenija postojanja postao je jedan od najprepoznatljivijih brendova na prostoru bivše Jugoslavije.

Tržište OTC preparata, tj. preparata koji su u slobodnoj prodaji u apotekama i za čiju kupovinu nije potreban recept ljekara, u BiH je visoko konkurentno tržište koje potrošačima nudi brojne preparate. Zbog toga je jedan od osnovnih zahtjeva ovog tržišta kreiranje brendova s visokim nivoom prepoznatljivosti. Budući da je u BiH zakonom regulisano reklamiranje OTC lijekova, biti lider je veoma zahtjevan posao.

## Dostignuća

Caffetin je ubjedljivo najrasprostranjeniji i najpoznatiji brend farmaceutske kuće Alkaloid AD Skoplje. U proteklih 50 godina postojanja proizvedeno je više od deset milijardi tableta Caffetina.

Dugogodišnja upotreba i odlično prihvatanje ovog proizvoda neki su od motiva zbog kojih najviši menadžment kompanije Alkaloid AD Skoplje vjeruje



u proizvod i traži nova tržišta za dalji prodor Caffetina.

U proteklih nekoliko godina Caffetin je uspješno iskoristio potencijal ogromnog ruskog tržišta. Tokom 2006. godine prvi put je uveden na tržište u Bugarskoj, u 2007. u Rumuniji, a 2008. godina je rezervisana za osvajanje potrošača u Ukrajini.

U najznačajnija dostignuća ove farmaceutske kompanije i njenog najpoznatijeg brenda spada i dobijanje evropskog GMP certifikata (o.u. eng. Good Manufacturing Practice certificate) i registracija određenih preparata u Engleskoj. Alkaloid AD Skoplje ima svoju firmu u SAD - Alkaloid US. Nakon registracije u FDA (Food & Drug Administration) kompaniji otvaraju se vrata najvećeg svjetskog tržišta.

## Istoriijat/ Povijest

Tokom 2006. godine kompanija Alkaloid AD proslavila je 70 godina postojanja. Uz ovaj prestižni jubilej Uprava i zaposleni su tokom 2007. godine obilježili još jedan: 50 godina postojanja Caffetina.

Prvi put se Caffetin pojavio na tržištu bivše Jugoslavije 1957. godine. Nakon 22 godine sastav Caffetina je promijenjen i on je, od tada, identičan današnjem sastavu. Od 1999. godine ovaj lijek se prodaje u 14 zemalja, a 2002. je potpisan licencni ugovor za rusko tržište. Krajem 2005. godine lansiran je Caffetin COLD u Makedoniji, a početkom 2007. i Caffetin MENSTRUAL.

Efikan u borbi protiv glavobolje i zubobolje – ovako bi se, ukratko, mogla definisati osnovna informacija koju potrošači imaju o proizvodu. Svijest

o kvalitetu i brzom djelovanju preparata prenosila se kroz generacije na tržištu bivše Jugoslavije, tržištu na kojem Caffetin suvereno vlada, noseći titulu ikone za borbu protiv bolova.

Osnovna vizuelna prepoznatljivost Caffetina vezuje se za sljedeće elemente: godinama unazad zna se da je riječ o proizvodu u ambalaži zlatne boje.

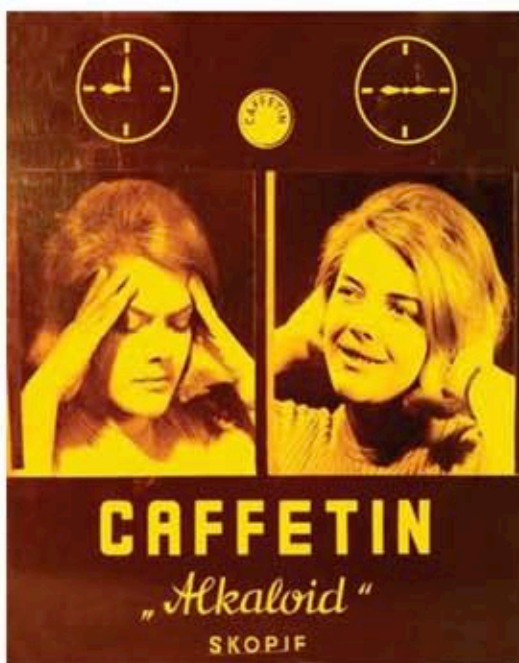
Danas, i pored toga što je konkurentnost tržišta povećana, odnosno postoje brojne domaće i strane kompanije koje proizvode preparate za sličnu namjenu, Caffetin ostaje maksimalno prepoznatljiv i korišten brend.

Ipak, regulativa u državama kreiranim poslije raspada bivše Jugoslavije, tržištu koje je od izuzetnog značaja za Caffetin, još nije u potpunosti liberalizovala tržište OTC lijekova. Onog trenutka kad bude omogućen, na primjer, ulazak ovih proizvoda u lanac supermarketa, pa tako i povećanje njihove izloženosti potrošačima i mogućnosti za njihovu promociju, a samim tim i korištenje, biće mnogo viši.

## Proizvod

Caffetin spada u grupu kombinovanih analgetika. Sadrži četiri idealno izbalansirane komponente koje imaju sinergijski efekat u tretiranju bolova. Komponente koje ulaze u sastav Caffetina su: paracetamol (250 mg), propyphenazone (210 mg), codein (10 mg) i caffein (50 mg).

Paracetamol i propifenazon djeluju protiv bolova, upala i visoke temperature. Kodein ubrzava djelovanje paracetamola i propifenazona, dok kafein





pojačava analgetski efekat ostalih komponenti. Caffetin predstavlja unikatnu efikasnu kombinaciju protiv bolova.

Tokom dugog niza godina prisustva na tržištu brend nije pretrpio nikakve značajne promjene niti u svom sastavu, niti u ambalaži. Cijena je, također, uvijek bila pristupačna, kako bi ovaj proizvod mogao da bude u što masovnijoj upotrebi. I pored toga što se radi o premium proizvodu, s veoma komplikovanom proizvodnom praksom, cilj kompanije Alkaloid AD bio je da tržištu ponudi dobar odnos cijene i koristi od proizvoda.

Alkaloid AD - Skoplje proizvodi Caffetin u skladu sa GMP standardima (Good Manufacturing Practice) – standardima dobre proizvodne prakse, odnosno, najvišim standardima za kvalitet koji postoje u farmaceutskoj industriji.

### Nedavni razvoj

Alkaloid je drastično ubrzao razvoj kompletnog OTC biznisa gde je Caffetin lider. Do nedavno, u nekim republikama bivše Jugoslavije nije bilo moguće koristiti ATL (o.u. eng. above the line; bh. klasično oglašavanje) kampanje u promociji lijekova, pa se zato Alkaloid AD fokusirao na BTL (o.u. eng. below the line; bh. direktni marketing) promociji u apotekama. Danas je situacija promijenjena, reklamiranje je regulisano i moguće su ATL i BTL kampanje.

Za potrebe tržišta u Bugarskoj i Rumuniji uveden je novi dizajn za sekundarno pakovanje Caffetina. Napravljena je moderna metalik ambalaža koja je istovremeno zadržala sve karakteristike ovog proizvoda. Planirano je postepeno uvođenje te ambalaže i na ostala tržišta.

U decembru 2005. godine, poslije skoro 50 godina postojanja brenda Caffetin, Alkaloid AD je prvi put uveo ekstenziju Caffetin COLD. Ovaj preparat je otvorio novu indikacionu zonu za Caffetin jer je namijenjen liječenju simptoma prehlade. Proizvod se razlikuje od Caffetina s obzirom na indikacije koje obuhvata, primarnoj i sekundarnoj ambalaži, kao i boji i obliku tableta.

Caffetin COLD je preparat koji sadrži četiri aktivne komponente: paracetamol (500 mg), pseudoephedrine (30 mg), dextromethorphan (15 mg), ascorbic acid - vitamin C (60 mg).

Svaka od navedenih supstanci djeluje na određeni simptom prehlade. Paracetamol djeluje na bolove u mišićima i povećanu tjelesnu temperaturu. Pseudoefedrin djeluje na nazalnu kongestiju tj. zapešen nos. Dekstrometrofan djeluje na iritativnu kašlicu, a vitamin C pozitivno djeluje na imuni sistem organizma.

Ovo je preparat koji pomaže prehladenim osobama da lako prebrode simptome i budu sposobniji za svakodnevne aktivnosti. Godina 2007.

označena je kao najvažnija godina za promociju ove ekstenzije na tržištu BiH. Tokom 2006. godine Caffetin COLD je prvi put registrovan u Makedoniji, a biće registrovan i na svim ostalim tržištima gdje se, i inače, prodaje Caffetin.



### Promocija

Protokih godina Alkaloid je investirao u reklamne kampanje u BiH, Rusiji, Bugarskoj, Srbiji, Hrvatskoj i Albaniji. Tržište je sve konkurentnije, pojavljuju se novi brendovi s velikim budžetima za marketing koji, na taj način, vrše pritisak na već postojeće brendove na tržištu, tražeći da oni ili prate novi trend ili se povuku.

Tokom 2006. godine intenzivno je rađeno na izgradnji web stranice [www.caffetin.com.mk](http://www.caffetin.com.mk) koja je početkom 2007. godine i zaživjela na internetu. Stranica je uvela interaktivni odnos između farmaceutskog proizvođača i konzumenta lijeka, odnosno između Alkaloida AD i pacijenata koji

koriste Caffetin: korisnici mogu da postavljaju pitanja stručnom timu u Alkaloidu i dobiju odgovore na njih. Nije zaboravljena ni stručna javnost, budući da je i medicinskim i farmaceutskim ekspertima omogućeno da se logiraju na web stranicu i dobiju kvalitetne stručne informacije o proizvodima iz baze podataka kompanije Alkaloid AD.

### Vrijednosti robne marke

Osnovna vrijednost brenda Caffetin proističe iz njegove moći da se održi kao brend u periodu dugom pola stoljeća. Caffetin je vremenom postao sinonim za sprječavanje bolova. Svjesnost potrošača o Caffetinu, kontinuirano investiranje u proizvod, nova ekstenzija ovog proizvoda, plan za dalji razvoj brenda i činjenica da je lider na tržištu čine ga superbrendom.

I pored toga što je godinama ovaj preparat bio namijenjen tretiranju bolova, uprava Alkaloida odlučila je da napravi ekstenziju u pravcu novog indikacionog područja. U farmaceutskoj industriji samo brendovi koji imaju veoma veliki indeks prepoznatljivosti (brand awareness), odnosno veliku vrijednost kod potrošača, mogu da sebi priušte luksuz ulaska u zonu novih indikacija.

Konačno, podatak da Caffetin nosi skoro 20% svih prihoda u profitnom centru Farmacija u kompaniji Alkaloid pokazuje vrijednost i važnost ovog brenda.

[www.caffetin.com.mk](http://www.caffetin.com.mk)

### JESTE LI ZNALI...

#### Caffetin

- Caffetin je jedan od najjačih izvoznih makedonskih brendova.
- Kada bi se povezale sve trake Caffetina proizvedene od 1957. godine do danas, dobila bi se traka duga oko 165.000 kilometara.
- Ukupna težina svih proizvedenih tableta iznosi skoro 5.000 tona.
- Caffetin sadrži 50 mg kofeina, što je trećina količine koja je sadržana u jednoj kafi (150 mg) ili polovina količine sadržane u jednom čaju (100 mg).
- Mnogi iseljenici iz republika bivše Jugoslavije kupuju velike količine Caffetina tokom boravka u domovini da bi stvorili potrebne godišnje zalihe, jer ne žele da mijenjaju proizvod koji koriste i pored ogromnog izbora analgetika u inostranstvu.