



„Активиа“ е международна марка на „Данон груп“ с продажби в над 100 страни по целия свят, пионер и водещ бранд на пазара на свежи млечни продукти с добавена стойност (value added segment).

„Активиа“ е продукт, разработен според най-новите концепции за хранене и насочен към нуждите на съвременната градска жена. В България брандът е с над 65% пазарен дял в сегмента на овкусените млечнокисели продукти.

Пазар

Пазарът на свежи млечни продукти е разделен основно на два сегмента – традиционен и модерен. Традиционният сегмент включва обикновено кисело и прясно мляко, сметана и извара, а модерният – млечни десерти, напитки, млека с плодчета, с мюсли и функционални продукти. Модерната част е по-атрактивна от гледна точка на приходи от продажба и затова през последните две-три години все повече марки се насочват към нея. Предлагат се иновативни продукти чрез добавяне на плодчета, аромати и специално селектирани полезни бактерии. Въпреки увеличаващата се конкуренция пионер и водеща марка на пазара на свежи млечни продукти с добавена стойност (value added segment) си остава „Активиа“. Марката всяка година добавя към портфолиото си нови вкусове, за да отговори на потребителското търсене, но и продукти, които чрез своите качества създават потребителско търсене.

Постижения на марката

„Активиа“ е международна марка с продажби в над 100 страни по целия свят и лидер в сегмента на млечни продукти с добавена стойност (value added segment). В България брандът е с над 65% пазарен дял в сегмента на овкусените млечнокисели продукти. От лансирането ѝ на българския пазар „Активиа“ се отличава със своята зелена опаковка, която консуматорите разпознават като символ на грижата за по-балансиран и здравословен

начин на живот. Освен с уникалния цвят на опаковката си марката винаги се опитва да впечатлява консуматорите с интересни активности в магазините, с които не само им напомня да си купят продукта, но и да направят нещо повече за себе си – повече движение, разнообразна храна и грижа за здравето. „Активиа“ вече

11 години е близо до българската жена. Марката дава положителен пример в лицето на известни личности като Елена Йончева и Илияна Раева – телевизионните клипове с тяхно участие са останали в съзнанието на лоялните консуматори.

Продуктът

„Активиа“ е продукт, разработен според най-новите концепции за хранене и насочен към нуждите на съвременната градска жена. Продуктите съдържат двете традиционни бактерии: „Лактобацилус Булгарикус“ и „Стрептококус Термофилус“, но единствено „Активиа“ съдържа и Bifidus ActiRegularis.

Тази специална бактерия достига в достатъчно големи количества до чревната флора.

„Активиа“ предлага на своите почитатели голямо разнообразие от продукти и вкусове:

- „Активиа натурална“ в пълномаслен и нискомаслен вариант е продукт от 100% краве мляко и жива закваска.

- „Активиа с плодове“ е постоянно обновяваща се линия от вкусна и здравословна комбинация на млечнокисел продукт и парченца плодове. Марката редовно предлага



нови,

актуални, сезонни

вкусове и затова е лидер на пазара на плодови, млечно-кисели продукти.

- „Активиа пълнозърнеста“ е съчетание от пълнозърнен микс и парченца плодове. Подсемейството е единствено по рода си на българския пазар и оформя свой собствен сегмент, който развива повече от 11 години.

- „Активиа закуска“ е иновация в групата на „Активиа“, която е въведена за първи път през 2009 г. от „Данон България“ и е приета впоследствие в още редица страни като много успешна иновация – best practice. Добавянето на лъжичка към опаковката превръща продукта в практична закуска в офиса, на

Знаете ли, че...

- През 2012 г. над 20 000 жени се включват в 14-дневната програма на „Активиа“ за по-здравословен начин на живот и грижа за корема.
- В световен мащаб „Активиа“ съществува от 1987 г.



спирката или на пейката в парка.

- „Активиа фреш“ е свежа комбинация от млечнокисела напитка и плодов сок, въведена през 2010 г.

Богатото портфолио и постоянната грижа за желанията и нуждите на консуматора са превърнали „Активиа“ в предпочитан избор и неизменна част от балансираното и здравословно хранене.

Съвременно развитие

През 2012 г. „Активиа“ започва активен диалог със своите консуматори чрез онлайн платформа за здравословен начин на живот (специална секция на сайта, където всеки консуматор може да зададе въпрос директно към експертите на „Данон“) и с обновена Facebook страница.

Онлайн платформата за здравословен начин на живот стартира през януари 2012 г. Тя е подготвена от топексперти в областта на храненето и диететиката, готварството, спорта и лайфстайла. На практика това е 14-дневна програма, в която потребителите получават различен съвет за деня, дневно петстепенно меню, лайфстайл съвет и упражнение за повдигане на тонуса и доброто настроение. Консумацията на „Активиа“ е препоръчителна. Участниците имат възможност да изкажат своето мнение, да зададат въпрос към експертите и да споделят своя личен съвет във форума на програмата. Програмата е рестартирана с ново свежо лятно меню и съвети през месец май. До юли 2012 в платформата се включват над 20 000 потребители.

От май 2012 г. „Активиа закуска“ има лъжичка, което я прави много по-удобна и предпочитана закуска, защото съчетава в себе си полезните свойства на млечнокиселите продукти, вкуса на „Активиа“

и удобството да хапваш в движение където и да си. Една иновация, продуцивана от желанието на потребителите, която веднага след лансирането ѝ отчита ръст в продажбите на „Активиа“.

„Активиа“ започва своята Facebook комуникация с консуматорите още през лятото на 2010 г. Все пак истински успех марката постига през 2012 г., когато само за няколко месеца потребителската база се удвоява, а интеракциите с марката стават три пъти повече. Коментари, въпроси, снимки, споделяния – към края на годината равнотежката сочи нараснал имидж на „Активиа“ като отворена марка, която води непрекъснат и открит диалог с консуматорите.

Промоция

Цялостната комуникационна стратегия на „Активиа“ през годините е насочена към жените и марката винаги е сред тях – в офиса с колегите, у дома със семейството, в мола с най-добрата приятелка. Изключително характерен за марката е запазенят зелен цвят, ясно отличим както в рекламната комуникация, така и в магазинната мрежа. В съчетание с уникалното лого и типичните кофички се изгражда пълният имиджов образ на „Активиа“.

Добре развитата дистрибуторска мрежа, постоянните иновации и подкрепата им във всички комуникационни канали – от телевизия до социални мрежи – определят лидерската позиция на марката.

Знаете ли, че...

Рецептите на „Активиа“ са съобразени с локалните желания и нужди и са различни за всяка страна. Подборът на вкусове, нивото на масленост, протеиновото съдържание, вискозитетът – всяка „Активиа“ в „Данон Сердика“ се разработва изцяло спрямо предпочитанията на българския потребител.

Знаете ли, че...

В „Данон“ има специална позиция „брояч на бактерии“. Това са хора, които се грижат количеството на бактерии във всяка кофичка да е в обявените граници, за да е сигурно, че всеки консуматор винаги получава най-качествения продукт.



История

- ▶ 2001 – „Активиа“ се лансира на българския пазар с три продукта: натурална, насочена към консуматорите на традиционното кисело мляко; с фибри – иноватор в категорията на свежи млечни продукти; напитка.
- ▶ 2002 – Към семейството на „Активиа“ се включват и плодовите предложения – ягода и сини сливи.
- ▶ 2004 – „Активиа натурална“ от 250 г преминава на 290 г, което има огромен успех. Следващите две години и другите предложения на марката се предлагат в опаковка от 290 г.
- ▶ 2005 – Първото „Активиа предизвикателство“.
- ▶ 2006 – Напитките под бранда „Активиа“ от кофичка преминават в бутилка.
- ▶ 2008 – „Активиа“ навлиза в нискомасления сегмент – „Активиа натурална 0.5%“.
- ▶ 2009 – Лансирана е „Активиа закуска“ – best practice, която след България се прилага и в други страни, в които „Данон груп“ оперира.
- ▶ 2010 – Стартира Facebook страницата на „Активиа“; лансиране на „Активиа фреш“.
- ▶ 2011 – Започва по-близък диалог с консуматорите със специална секция за въпроси към експертите на „Данон“.
- ▶ 2012 – Добавяне на лъжичка в „Активиа закуска“; стартира и онлайн програма за здравословен начин на живот, изготвена от експерти в областта на диететиката и храненето, готварството, лайфстайла и спорта.

Ценности на марката

Целта на „Активиа“ е да предоставя полезно, вкусно и удобно решение в съвременния забързан градски живот, където спазването на балансиран и здравословен хранителен режим е трудно. „Активиа“ се стреми да популяризира факта, че за да са здрави жените, трябва да полагат ежедневна грижа за себе си с регулирана диета и повече движение. „Активиа“ вярва, че малката грижа всеки ден ще помогне на жените да се чувстват добре в дългосрочен план.

▶ www.activia.bg

