



Tržište

U posljednjih desetak godina tržište mliječnih proizvoda doživjelo je brojne promjene koje su u potpunosti promijenile smjer razvoja cijelog tržišta. Zahvaljujući modernoj tehnologiji i dugogodišnjim biokemijskim istraživanjima omogućena je implementacija različitih noviteta iz područja nutricionizma, a jogurti su dobili novo značenje i funkciju. U tom valu noviteta jogurti su bili kategorija proizvoda koja je ponudila najviše inovacija, a bioAktiv LGG robna marka koja je na hrvatskom tržištu predvodila taj trend. Danas, deset godina kasnije, bioAktiv LGG je još uvijek lider na tržištu i najprepoznatljiviji funkcionalni jogurt među potrošačima.

Više je faktora pogodovalo razvoju segmenta fermentiranih mliječnih proizvoda - uz već postojeću relativno visoku potrošnju mliječnih proizvoda, rastuća svijest o ulozi zdrave i uravnotežene prehrane i povratak "prirodnoj" hrani usmjerili su pozornost upravo na jogurte. Potreba za praktičnim pakiranjima koja se mogu koristiti i izvan doma, nadopuna ili zamjena za manji obrok, želja za ukusnom, ali ipak zdravom poslasticom - sve je te potrebe uspijevao zadovoljiti upravo jogurt, a mogućnost da ga se proizvede u najrazličitijim varijantama okusa, gustoće, masnoće i intenziteta okusa, učinila je od jogurta zvijezdu inovacija. Gotovo da nema kućanstva u Hrvatskoj u kojem se ne koriste jogurti - pronaći će se u 95% hladnjaka. Tržište jogurta u RH danas je vrijedno oko 800 milijuna kuna, a građani Hrvatske u prosjeku pojedu oko 14 kg jogurta godišnje, što nas svrstava među "naprednije" zemlje.

U Hrvatskoj je segment funkcionalnih mliječnih proizvoda vrlo razvijen i čini već oko četvrtinu vrijednosti ukupnoga tržišta fermentiranih mliječnih proizvoda. Najvećim je dijelom to zaslugu upravo bioAktiva LGG, koji je u tom segmentu apsolutni lider. Rastom popularnosti i prodaje bioAktiva LGG rastao je i segment funkcionalnih proizvoda, a s vremenom su se pojavili i prvi imitatori, kao i pravi konkurenti. Danas je to vrlo dinamičan segment s mnogo inovacija i s velikim brojem novih proizvoda.

Osim trenda razvoja funkcionalnih proizvoda, tržište jogurta doživljava još jednu značajnu transformaciju - tradicionalni jogurt u čašici sve je rjeđe izbor potrošača, a boca se u svakom slučaju pokazuje kao bolji izbor. Bilo da se radi o obiteljskom pakiranju u velikoj boci ili o porciji u boci malog formata, to je pakiranje definitivno osvojilo srca potrošača. Poseban segment čine male bočice, tzv. doze, a bioAktiv LGG je prvi identificirao taj potencijal

i ponudio potrošačima varijante proizvoda u formatu od 100 grama. Zbog malenoga volumena te boce ne čine značajan udio u ukupnom tržištu fermentiranih proizvoda, ali strahovito je velik broj njihovih transakcija koji kontinuirano raste. Nekad smatrano pakiranjem za djecu, danas se boca od 100g vrlo često nađe i u rukama odraslih.

Dostignuća

Prema panelu maloprodaje udio bioAktiva LGG kreće se oko 20% ukupne vrijednosti tržišta fermentiranih proizvoda. Ne samo da je vodeća marka funkcionalnih jogurta sa udjelom u prodaji od gotovo 60% u 2007. godini, već se približava i poziciji vodeće robne marke jogurta uopće. I u 2008. godini bioAktiv LGG sa 60% udjelom na tržištu drži poziciju vodeće robne marke funkcionalnih mliječnih proizvoda.

Kako je bioAktiv LGG dostupan u više različitih pakiranja, može se pohvaliti da u svom portfoliju ima čak tri bestsellera - najprodavaniju čašicu jogurta, najprodavaniju bocu nearomatiziranog jogurta i najprodavaniju bocu voćnog jogurta. U 2005. godini bioAktiv LGG je prodan u više od 45 milijuna primjeraka - pretežno u tzv. originalnoj varijanti, točnije bez dodatka voća. Voćni segment čini oko 30% prodaje bioAktiva LGG, što u potpunosti odgovara tržišnim prilikama. Upravo su širina asortimana i kombinacija različitih pakiranja omogućile bioAktivu LGG da se približi svim potrošačima, bez obzira na dob, spol i životni stil - svatko može pronaći svoj omiljeni bioAktiv LGG i uživati u njemu svaki dan.

Originalna vlastita receptura, razvijena u Dukatu sredinom devedesetih, praktički i nije doživjela promjene, a zbog izuzetne kvalitete nagrađena je na mnogim sajmovima, počevši s medaljama na Zagrebačkom velesajmu još od 1998. Od značajnijih nagrada ističu se zlatna medalja na Sajmu prehrane Novi Sad 2005. godine, zlatne medalje Sajma u Gornjoj Radgoni 2006. te priznanje njemačkog udruženja DLG krajem 2006. (German Agriculture Association). Njemačko udruženje 2007. godine ponovo je nagrađilo bioAktiv LGG s okusom jagode Zlatnom medaljom za kvalitetu.

Povijest

Dukat 1998. godine, na temelju koncepta finske tvrtke Valio Ltd., razvija vlastitu liniju funkcionalnih jogurta s

Novo lice jakog imuniteta!

Potražite u trgovinama **bioAktiv LGG** u novom pakiranju i nastavite redovito jačati prirodni imunitet.



dodatkom probiotičke bakterije LGG (*Lactobacillus rhamnosus* Gorbach&Goldin, ATCC 53103) te lansirala tri osnovna proizvoda - jogurt, voćni jogurt i tekući jogurt. Već 1999. godine liniju upotpunjavaju svježe pasteurizirano mlijeko bioAktiv LGG te popularni bioAktiv LGG Aloe Vera. Tri godine kasnije linija prolazi kroz prvi redizajn, a asortiman donosi čak dvije inovacije na tržište - pakiranje jogurta u male bočice te prvo višestruko pakiranje (multipak). Iste godine počinje izvoz bioAktiva LGG i na tržište Bosne i Hercegovine, te na tržište Slovenije.

Godina 2003. donosi nove inovacije koje dodatno obogaćuju liniju bioAktiva LGG, a iste godine Ministarstvo zdravstva RH izdaje Rješenje kojim se potvrđuje učinkovitost proizvoda s dodatkom LGG-a.

Od 2004. godine bioAktiv LGG se vezuje uz novi komunikacijski koncept sa novim i danas prepoznatljivim sloganom "dnevna doza imuniteta". Temeljna komunikacijska poruka prihvaćena je od

Novi val jakog imuniteta!



JAČA PRIRODNI IMUNITET



bioAktiv LGG, funkcionalni jogurt koji već godinama svakodnevno čuva vaše zdravlje, doživio je osveženje uz potpuno novi izgled! Potražite u trgovinama **bioAktiv LGG** u novom pakiranju i nastavite redovito jačati prirodni imunitet, kako biste baš svaki dan mogli bezbrižno uživati u životu.



Svladajte svaki izazov.

Svako dana u životu pred vama su novi izazovi. Da biste ih dočekali spremni i lakše ih svladali, općajte svoj prirodni imunitet uz bioAktiv LGG. Obogaćen dobrom bakterijom LGG, bioAktiv je prirodni imunitet, štiti od štetnih utjecaja i tako vas priprema za sve izazove koji su pred vama, ne baš tako teški bili.

bioAktiv LGG
JAČA PRIRODNI IMUNITET

Dukat



Uvijek na sigurnom.

Znati da ste na sigurnom ustroje je neprocjenjivo bogatstvo. Zato, da biste bezbrižno uživali u svakome danu i uvijek bili na sigurnom, pridajte sebi i svojim najdražima jak prirodni imunitet uz bioAktiv LGG. Obogaćen dobrom bakterijom LGG, bioAktiv je prirodni imunitet, štiti od štetnih utjecaja i tako čuva vas kao što vi čuvate svoje najdraže.

bioAktiv LGG
JAČA PRIRODNI IMUNITET

Dukat



Bezbrizno kroz život.

Za vas i malen napor može predstavljati veliki izazov. Da biste izazove lakše svladavali i bezbrižno uživali u svakome danu te uvijek bili na sigurnom, pridajte sebi i svojim najdražima jak prirodni imunitet uz bioAktiv LGG. Obogaćen dobrom bakterijom LGG, bioAktiv je prirodni imunitet, štiti od štetnih utjecaja i tako čuva vas kao što vi čuvate svoje najdraže.

bioAktiv LGG
JAČA PRIRODNI IMUNITET

Dukat

strane potrošača koji su u bioAktivu LGG prepoznali saveznika u očuvanju zdravlja i poboljšanju imuniteta. Godine 2004. bioAktiv LGG proširuje tržišnu rasprostranjenost te počinje izvoz na tržište Srbije i Crne Gore. U periodu 2004.-2006. tržišni su udjeli udvostručeni, što je dovelo BioAktiv LGG među tri top-of-mind robne marke jogurta, a poziciju apsolutnog tržišnog lidera održao je i danas.

Proizvod

bioAktiv LGG najpoznatiji je i najpopularniji funkcionalni jogurt na hrvatskom tržištu te jedini mliječni proizvod s LGG-om u ovom dijelu Europe. bioAktiv LGG je zdrav i ukusan mliječni obrok obogaćen probiotičkom bakterijom LGG čijim se svakodnevnim unosom u organizam jača prirodni imunitet pa je stoga idealan za sve koji brinu o svom zdravlju. LGG je znanstveno i klinički najistraženiji probiotik koji dobro podnosi kiselu okolinu u želucu i žučnu kiselinu. Preživljava prolaz kroz taj dio probavnog sustava i privremeno se naseljava u crijevima olakšavajući probavne procese. Blagotvorno djelovanje LGG-a na zdravlje klinički je ispitano i potvrđeno u više od 175 objavljenih znanstvenih radova.

Kako bi zadovoljio potrebe svojih potrošača, bioAktiv LGG je dostupan u više okusa i veličina. Iako je na tržištu najpopularniji "originalni" okus, kako u čašicama, tako i u bocama, brojne poklonike imaju i voćne varijante – jabuka-kruška, nektarina-naranča, šumsko voće, trešnja i naranča te jagoda koja je od sada dostupna i u boci od 330g. Bez obzira radi li se o pakiranju od 100g, 150g ili 330g svaki bioAktiv LGG sadrži preporučenu dnevnu dozu LGG-a i redovitom konzumacijom jača prirodni imunitet. Vrijednost kliničkih ispitivanja prepoznalo je i Ministarstvo zdravstva i socijalne skrbi RH koje je izdalo rješenje kojim se potvrđuje da bioAktiv LGG s dodatkom LGG-a jača prirodni imunitet organizma.

Nedavni razvoj

bioAktiv LGG je ove godine obilježio desetu godinu uspješne prisutnosti na tržištu. Iako je relativno nova robna marka, bioAktiv LGG se u kratkom razdoblju pozicionirao kao lider čvrsto držeći vodeću poziciju. Kako bi dodatno naglasio svoju snagu na tržištu, bioAktiv LGG je redizajnirao vizualni



Ne držite imunitet na rezervi

bioAktiv LGG
JAČA PRIRODNI IMUNITET

Dukat

identitet koristeći moderna rješenja koja prate nove tržišne trendove, a promjena vizualnog identiteta snažno je popraćena i promotivnom kampanjom.

Prepoznajući djecu predškolskog uzrasta kao važnu skupinu kojoj je neophodan unos važnih vitamina te održavanje visoke razine imuniteta, Dukat je u suradnji s Gradskim uredom za obrazovanje, kulturu i šport u Zagrebu obilježio Svjetski dan mlijeka donacijom bioAktiv LGG jogurta u vrijednosti od 100.000 kuna gradskim vrtićima. Ovom i sličnim akcijama Dukat mliječna industrija nastoji od malena kod djece najmlađih uzrasta stvarati pravilne prehrabne navike.

Promocija

Od medijski vrlo uspješnog lansiranja 1998. godine bioAktiv LGG je prisutan u medijima, a od samoga početka uživa i veliku potporu liječničke zajednice koja je prepoznala kvalitetu proizvoda. Zbog specifičnosti sastojaka od izuzetnoga je značaja edukacija potrošača, tako da se promocija oduvijek koncentrirala na pojašnjenje djelovanja LGG-a, kako kroz oglašavanje i letke, tako i kroz stručne članke i publikacije u zdravstvenim ustanovama.

Slogan "bioAktiv LGG – zdravlje je sve!" obilježio je komunikaciju u periodu 2001.-2003. godine. Godine 2004. redefinira se pozicija robne marke i oblikuje novi slogan, "Dnevna doza imuniteta", na kojem počiva sva daljnja komunikacija. Potrošači prepoznaju jasnu poruku i raste prihvaćenost robne marke, a povećava se i lojalnost i učestalost upotrebe proizvoda. Kombinacijom različitih medija te inovativnim vanjskim oglašavanjem bioAktiv LGG se približava potrošačima i na nenametljiv način podsjeća ih na svakodnevnu konzumaciju, preduvjet za učinkovitost LGG-a.

Godine 2008. bioAktiv LGG pokreće novu

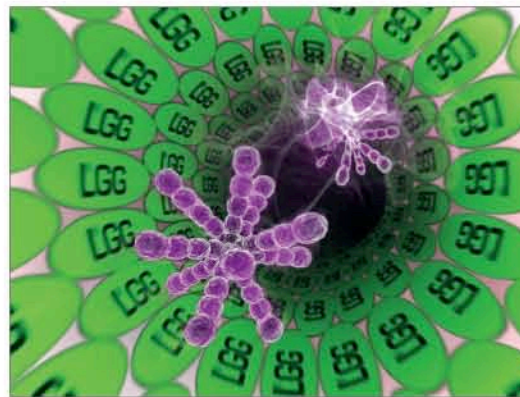
kampanju kako bi predstavio novi redizajnirani izgled kojeg karakterizira upotreba modernog likovnog rješenja koristeći novi slogan, ponovno odobren od strane Ministarstva zdravstva i socijalne skrbi RH, "Jača prirodni imunitet".

Vrijednosti robne marke

Moderan način života, uz brz ritam i veliki broj obaveza često donosi puno stresa, a u nedostatku slobodnog vremena i sve

učestalije prihvatanje loših navika, a prije svega neredovite i nezdrave prehrane. Takvim načinom života potrošači svakodnevno izlažu svoje zdravlje brojnim štetnim utjecajima, a upravo je u takvim uvjetima svima potrebna njihova dnevna doza imuniteta. Obogaćen probiotičkom kulturom LGG, bioAktiv LGG pruža pomoć u očuvanju zdravlja, i to na prirodan, praktičan i ukusan način, te poštujući individualne potrebe i ukuse poboljšava prirodni imunitet i opće stanje organizma. Redovitom konzumacijom bioAktiv LGG jogurta u organizam se unosi preporučena dnevna količina LGG-a i postiže optimalno stanje imuniteta. Svaki bioAktiv LGG, u 150g čašici, 330g boci ili 100g bočici sadrži preporučenu dnevnu dozu LGG-a i dovoljan je da učinite nešto dobro za svoje zdravlje!

www.dukat.hr



JESTE LI ZNALI...

BIOAKTIV LGG

- U 2006. građani Hrvatske popili su više od 55 milijuna "dnevna doza" bioAktiva LGG.
- Čak 72% redovitih potrošača smatra da se osjeća puno bolje zahvaljujući bioAktivu LGG.
- Preporučena dnevna doza LGG-a iznosi 2 x 10 na 9, što je zapravo 2 trilijuna LGG-a.
- LGG su korisne žive bakterije koje prolaze neoštećene kroz gornji dio probavnog trakta, naseljavaju se na stijenka crijeva i čine "živi štit", odnosno štite sluznicu od naseljavanja i djelovanja štetnih bakterija.
- LGG je među najrasprostranjenijim probiotičkim bakterijama koje se koriste u svijetu – prisutan je na čak 45 tržišta.