

# Dwa oblicza czekolady

Jak powstała najsmaczniejsza suplementacja  
magnezu w Polsce?



**MARTA TKACZYK**  
LOTTE WEDEL



**MARTA GAJOWNICZEK**  
LOTTE WEDEL







**73%**

Źródło: Minerale i suplementy diety przyjmowane w ciągu ostatnich 12 miesięcy; N=794; Mintel, sierpień 2021



### ▼ Nutrition

- Protein (2,520,183)
- Fat (2,516,727)
- Carbohydrates (2,508,193)
- Energy (kcal) (2,299,340)
- Saturated Fat (1,959,259)
- Sugars (1,895,836)
- Energy (kJ) (1,592,019)
- Sodium (1,430,084)
- Fibre (1,409,796)
- Salt (834,354)
- Trans Fat (794,513)
- Cholesterol (665,550)
- Calcium (581,390)
- Iron (495,741)
- Vitamin A (339,158)
- Vitamin C (308,965)
- Calories from Fat (230,096)
- Polyunsaturated Fat (225,649)
- Monounsaturated Fat (224,516)
- Potassium (202,194)

### ▼ Claim

- +  Suitable for
- +  Natural
- +  Positioning
- +  Ethical & environmental
- +  Convenience
- +  Minus
- +  Plus
- +  Demographic
- +  Functional
- +  Free from
- +  Beauty enhancing
- +  Pet
- +  Product tested

### ▼ Claim

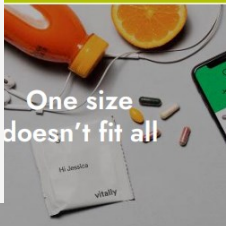
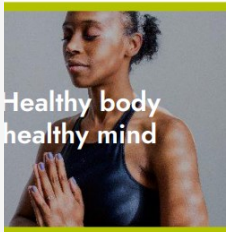
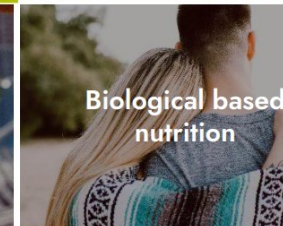
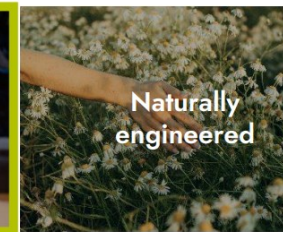
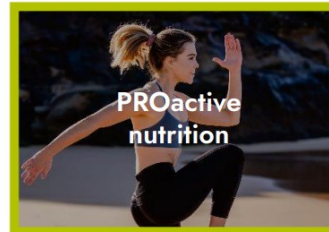
- Functional
  - Functional - Energy (12,641)
  - Functional - Other (11,819)
  - Antioxidant (9,190)
  - Functional - Cardiovascular (5,692)
  - Functional - Digestive (4,448)
  - Functional - Slimming (4,007)
  - Functional - Immune System (3,164)
  - Breath-Freshening (2,925)
  - Functional - Bone Health (2,568)
  - Functional - Brain & Nervous System (2,496)
  - High Satiety (2,334)
  - Functional - Weight & Muscle Gain (1,756)
  - Functional - Skin, Nails & Hair (1,417)
  - Functional - Beauty Benefits (1,264)
  - Prebiotic (1,151)
  - Functional - Stress & Sleep (948)
  - Probiotic (874)
  - Functional - Eye Health (587)
  - Anti-Bacterial (188)
  - Homeopathic (7)
  - Exfoliating (1)
  - Anti-Perspirant (0)
  - Cleansing (0)
  - Long-Lasting (0)
  - Odour Neutralising (0)
  - Protects Against Elements (0)
  - Skin Disorders (0)
  - UV Protection (0)
  - Water Resistant (0)
  - Waterproof (0)

I Sup  
trition -  
naturally!

ES

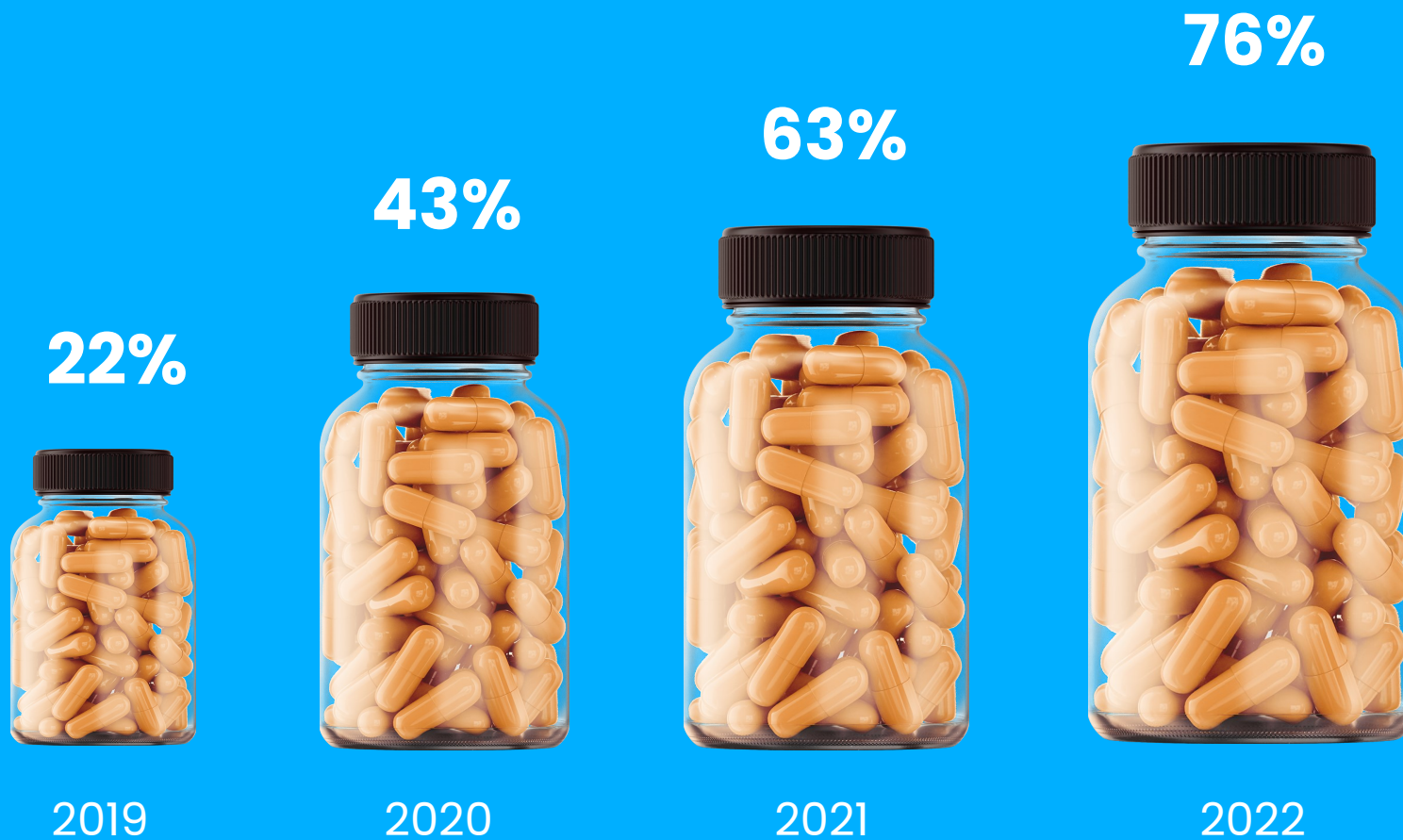
Nutrition too  
8 macro trends driving the

market



[Register now!](#)





% Polaków, którzy deklarują przynajmniej jednorazowy zakup suplementów diety w danym roku





52%



zdrowy styl życia  
jest świadomą  
częścią  
codziennej rutyny



Wartość sprzedaży w mld zł  
w 2022 r.

6,9  
SUPLEMENTY

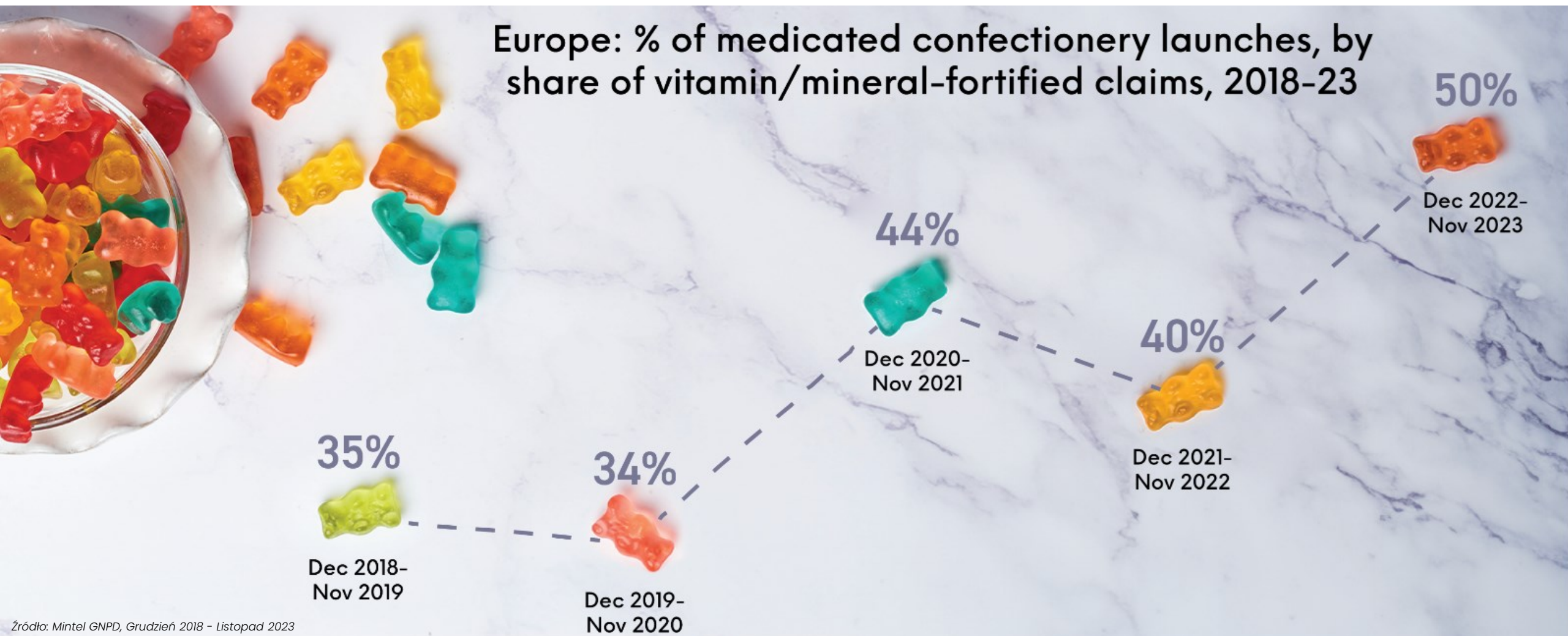


3,5  
CZEKOLADA





# Konsumenci szukają wygodnych form uzupełniania spożycia witamin i minerałów

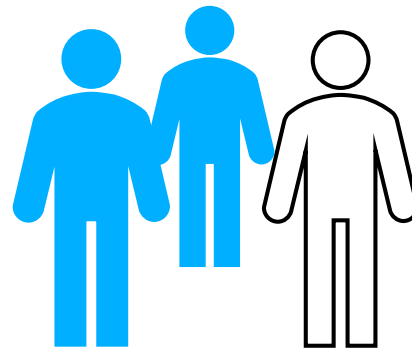


Źródło: Mintel GNPD, Grudzień 2018 - Listopad 2023

# 2 na 3 polskich konsumentów...

... wyraziło  
zainteresowanie  
**funkcjonalnymi**  
produktami z  
kategorii  
**przyjemnościowych!**

**63%**



... wolałoby spożywać  
żywność i napoje  
funkcjonalne **zamiast**  
**suplementów diety**

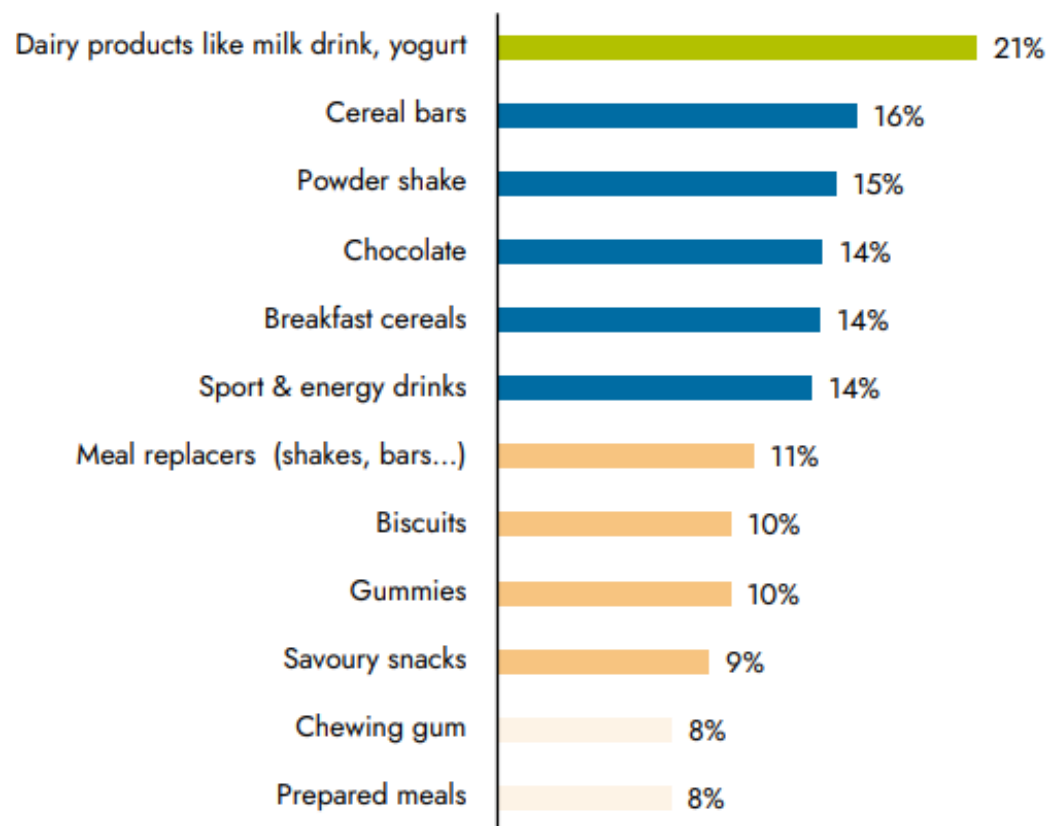
**65%**



# Najbardziej pożądane kategorie w żywności funkcjonalnej



Which functional food formats and associated health benefits would you be the most interested to find on the market over the next twelve months?



Źródło: Givoudan, Phygital Lifestyle Optimisation, 2022; N= 2297



██████████ 17 tyg.

Magnez jest w każdej czekoladzie więc nic nowego

Odpowiedź



2













**MAGNEZ**

**POLIFENOLE**

**NNKT**

**WAPŃ**

**WITAMINY Z GR. B**

**ŻELAZO**

**TRYPTOFAN**





# Ale gdzie ta innowacja?







**NAJPRZYJEMNIEJSZY MAGNEZ  
DOSTĘPNY NA RYNKU**



# Innowacyjne podejście badawcze

1.

EKSPLOKACJA TEMATU  
H&W  
SUPLEMENTACJA  
I ROLA MAGNEZU



Pierwiastek życia. Ważny składnik mineralny.



Dla mnie pełni on wspaniałe role: poprawienia samopoczucia, poprawia moją higienę snu, ponieważ nie łapię mnie skurcze w nocy. Jestem mniej nerwowa w ciągu dnia. Odpowiada za równowagę psychiczną oraz za poziom naszej energii fizycznej. Odpowiada za nasz układ nerwowy, stan napięcia mięśni, wpływa też korzystnie na naszą koncentrację. Niewielkie uczucie zmęczenia organizmu i mięśni (nie tylko tych prostych, ale np. też łyżki sercowego), przyczynia się do redukcji skurczów mięśni, przyspiesza regenerację organizmu, redukuje stres. Magnez jest budulcem kości, wspomaga też trawienie. Pełni bardzo dużo funkcji w organizmie.

2.

OCENA  
MANIFESTÓW  
I KONCEPTÓW



STIMULI			
Manifest   koncept no.1	Manifest   koncept no.2	Manifest   koncept no.3	Manifest   koncept no.4

3.

ASPEKTY  
SENSORYCZNE



4.

CO-CREATION  
OPAKOWAŃ





# Suplementacja magnezu w idealnym świecie...



„**Produkt, który jest smaczny**, żeby przyjmowanie magnezu stało się wyłącznie przyjemnością, a nie koniecznością, takim jakim jest **np. czekolada**”

„Gdyby nie miała tyle kalorii to **czekolada** w opór. :-)”

„W idealnym świecie odpowiednia ilość magnezu byłaby w formie **paluszków** albo **batona** po który można sięgnąć i zjeść kiedy tylko się chce”

„**Żelki, czekoladki**, łatwo dostępne i chętnie bym po nie sięgała wieczorami”

# Drzwi do wdrożenia innowacji były szeroko otwarte





# Marketing vs. Konsument

2.

OCENA  
MANIFESTÓW  
I KONCEPTÓW

Nasze zdjęcia



Zdjęcia konsumentów



Nasze zdjęcia



Współgrają z przekazem manifestu,  
opowiadają o momentach kiedy  
łączymy obowiązki z przyjemnością



Nie wspierają przekazu,  
niejasna ich obecność



Zdjęcia konsumentów



# CO KONSUMENTY UWAŻAJĄ O TAKIM POMYŚLE?

2.  
OCENA  
MANIFESTÓW  
I KONCEPTÓW

„Pokazuje nieoczywiste dla niektórych źródło magnezu. Marka ta nie była dotąd kojarzona z taką rolą czekolady, a dostarczaniem przyjemności w słodyczach.”

„Uwzględnienie przyjemności jako coś bardzo ważnego w życiu człowieka, w końcu marka Wedel kojarzy się z czekoladą, czyli jedną z najprzyjemniejszych rzeczy na świecie.”

„Najbardziej do tej marki pasuje mi to, że cały opis do siebie nawiązuje i tłumaczy, co z czego wynika, dlaczego marka zdecydowała się na taki krok...”

“  
**WOW!**  
NIE ZGADŁBYM....  
JEST TO DLA MNIE  
ZASKAKUJĄCE





# Naturalny kontakt z produktem

3.  
ASPEKTY  
SENSORYCZNE



„Wrażenia są **pozytywne**. Smak jest dobry, **nie wiem czy bym rozróżniła tę czekoladę od tej, która jest po prostu ,zwykła’**. Nie była za słodka, tak jak się spodziewałam. ”

„**Zaskoczenie**, myślałam, że to będzie nadziewany baton, powiedziałaabym, że to taki ekskluzywny batonik ;)”

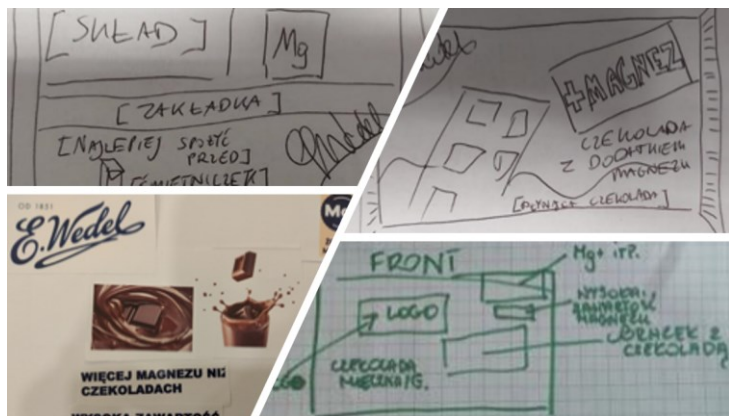
„Baton zachęcił mnie migdałami. Spodziewałam się, że będzie gorzki jak maja w zwyczaju gorzkie słodycze, jednak jestem **pozytywnie zaskoczona**. Jak spotkałabym w sklepie **chętnie bym go kupiła.**”

„Czuję się w pełni zachęcony by kupić ten produkt raz jeszcze ze względu na smak a **świadomość że jestem w stanie zaspokoić dawkę magnezu zachęca mnie jeszcze bardziej**”

# Aktywizacja respondenta poprzez...

4.  
CO-CREATION  
OPAKOWAŃ

Elementy co-creation  
opakowań



Poszukiwanie inspiracji



Możliwość skupienia na detalach



Źródło: KANTAR, Badanie community (FlyBlog), N=26; 05.2023







# CZY WEDEL MOŻE BYĆ WIARYGODNY W SEGMENTCIE HEALTH AND WELLNES?



**6 na 10**

**respondentów  
zapytanych o to, czy  
Wedel może mówić o  
suplementacji  
magnezem,  
odpowiedziało, że  
TAK!**





# Czy warto wprowadzać innowacje?



**45%**

wzrostu wygenerowały 3 NPDs  
(w tym linia Wedel plus magnez)



# Pamiętaj o...

PROCES  
BADAWCZY



WIARYGODNOŚĆ



OSWAJANIE  
Z INNOWACJĄ

