



Неустоимият вкус и силната емоционална връзка с традициите на българския бит са в основата на успеха на точените кори, бутер тестото, местото, местото за питки, пици и мекици и замразените баницы „За цялата Фамилия“. С характерния си аромат и текстура те събуждат сетивата за вкусната баница, приготвена от баба с много любов и желание.

Пазар

Точените кори се развиват динамично през последните години, като брандът е неоспорим лидер на пазара в тази категория с над 50% пазарен дял и отличен баланс между цена и качество. През 2010 г., след няколко успешно лансирани иновации, марката затвърди лидерските си позиции. Пазарът попада под силното влияние на бранда и неговите големи опаковки за цялото семейство, а нивото на потребителска лоялност не спира да нараства.

Постижения на марката

За периода на своето развитие „За цялата Фамилия“ успява да се наложи като лидер по отношение на обема на реализираната готова продукция в категорията на точените кори. Традиционният вкус, отличното качество, удобната разфасовка и достъпната цена са сред преимуществата на марката въпреки големия брой конкуренти.

За изключително кратко време брандът се превръща в символ на домашния уют и традиция при приготвянето на ястията за семейната трапеза. Благодарение на постоянните разработки на екипа специфичните кулинарни шедеври от различни райони на страната стават достъпни за всеки кулинарен ценител.

Продуктът

Портфолиото на бранда е съобразено с вкусовете предпочитания на българите, като марката предлага продуктите си в удобни и големи разфасовки, подходящи за едно голямо семейство. Всеки от продуктите е съобразен с традициите в българската кухня, пазени от старите баницари. Всяка рецепта е специфична за определен район на страната и е изготвена след множество консултации с майсторите в занаята. Целта на бранда е да предложи на пазара уникални продукти, които са част от

българската история и са носители на националната ни дух. Точените кори, с които марката стартира на пазара, са традиционен български продукт. Чрез приготвените по домашна рецептура точени кори от времето на нашите баби и майки марката предлага най-добрата алтернатива за съвременните домакини. Точените кори са изключително качествени и позволяват на потребителите си без затруднение да приготвят така обичаните от тях домашни баницы.

За да може да отговори на потребителските нужди и да бъде в крак с търсенето, брандът лансира и малки банички, но отново в достатъчно голяма разфасовка за всички в семейството. Мини баничките са с няколко вкуса, специално съобразени с българските вкусовете и очаквания.

През 2011 г. марката осъвременява своята комуникация, като променя логото си и актуализира всички свои опаковки. Фамилната къща, която е част от логото, става още по-отличима, логото се откроява, за да напомни на верните си потребители, че макар да е символ на традиционния вкус, и то се развива заедно с промените в техните нагласи.

Всички опаковки на продуктите са актуализирани, а тези на точените кори и бутер тестото са с напълно променен дизайн. Едновременно с това на пазара се лансират и няколко нови и уникални продукта, които и до момента нямат реална конкуренция. През 2010 г. на пазара се появяват два вида наложени баницы „За цялата Фамилия“ (със



сирене и със сирене и спанак). Техните плътни едрозърнести кори и богат пълнеж ги правят изключително успешни и добре приети от консуматорите. Сред основните предимства на



бранда „За цялата Фамилия“ – „По рецепти от старата пекарна“. Предимство на новия продукт – бюрека, са по-плътните и меки кори и богатата пълнка. Чрез разфасовката от четири броя по 250 г екипът на марката отново се старее да покrije нуждите за закуската на едно голямо семейство.

През същата година се появява и уникалното по рода си тесто за питки, пици и мекици „За цялата Фамилия“. Новото тесто е продължение на гамата „семейни продукти“ под любимия на всички домакини бранд. С него всяка домакиня може да приготви с лекота домашни тестени специалитети – питки, мекици, кураби, гори и вкусна пица. Тестото съчетава постоянно качество и отличен вкус на достъпна цена. За улеснение на потребителите то е разделено на две парчета по 400 г, които могат да се размразят и да се използват поотделно. Новостите около бранда не приключват готук. През 2012 г. на пазара се лансират класическа питка и питка със сирене „За цялата Фамилия“.

Знаете ли, че...
В първия телевизионен клип на бранда „За цялата Фамилия“ главни герои и главни действащи лица стават жените от фолклорния ансамбъл „Бистришките баби“. Те са широко известни от началото на 70-те години на XX век. Особен интерес буди специфичното им акапелно пееие и уникалната полифония на три гласа.

Те са уникални по рода си заради спецификата на приготвяне и бързо стават традиционни за всяка трапеза особено по време на празниците. Типично за бранда е, че всяка рецептура се подбира след прецизни проучвания за вкусовете предпочитания на потребителите и след множество „слепи“ тестове до постигане на най-добрия резултат и вкус, най-близък до автентичния.

Съременно развитие

През годините брандът се наложи като символ на качество, като продукт, който събира около семейното огнище цялата фамилия за незабравими моменти заедно. Марката планира да продължи развитието си в различните категории, в които оперира. Основната ѝ цел е да затвърди постигнатите до този момент пазарни позиции и да продължи да отговаря на нуждите на своите лоялни потребители.

Промоция

Целта на комуникационното позициониране на бранда е да предаде усещането за семеен уют и топлина на своите почитатели. Фамилната къща, изобразена в логото, показва обвързаността на бранда с голямото семейство. Марката се старее да предлага изгодни и разумни решения на потребителите, което е в основата и на комуникационната ѝ стратегия. Продуктите са добре познати, традиционни и в



достатъчно голям обем за цялата фамилия. През 2008 г. марката стартира с изключително интересна реклама, която има за цел да привлече потребителското внимание, като акцентира върху обичаите, емоцията и атмосферата при приготвянето на традиционна българска баница. Клипът пренася потребителите в атмосферата на традиционния селски бит и пресъздава майсторството при приготвянето на селска баница. Главни действащи лица в рекламата са „Бистришките баби“, които под звуците на автентична фолклорна мелодия приготвят познатата традиционна селска баница.

Появата на клипа отразява навлизането на традиционен, но същевременно и нов по начина на приготвяне продукт за българския пазар – полуготова баница, която се нуждае само от изпичане във фурна. Благодарение на новите технологии значително се намалява времето за приготвяне на баницата, което е само едно от предимствата. Запазването на отлични вкусови качества, гори и след замразяването, е още един плюс за продукта. Баницата е част от националната ни кухня и неизменно присъства на масата по време на важни семейни празници. Неслучайно е избрано и името на марката – „За цялата Фамилия“. Нейната най-главна задача е да е достатъчно голяма, за да може да събере цялото семейство на трапезата. През 2012 г., след като избършва редизайн на опаковките с цел осъвременяването им, брандът стартира с нова телевизионна реклама, която комуникира новата за пазара традиционна серия „По рецепти от старата пекарна“. Рекламата е по идея на All Channels и изключително интересно и умело прелита традиция и съвременност. Целта ѝ е да се покаже колко достъпни са продуктите на марката, като същевременно с това посланието се обвърже с традиционните български ценности – семеен уют, топлина, голяма фамилия.

Знаете ли, че...
Клипът в последната телевизионна реклама е сниман в студио, но за нуждите на снимките е изградена истинска каменна пещ от майстори зидари.



Ценности на марката

Брандът има за цел да съхрани традиционните рецепти за бъдещите поколения, като поддържа високо качество на продуктите и достъпни цени. Предлагайки рационални и разумни решения на съвременната домакиня, марката залага на незабравимото емоционално изживяване, обвързано с българските традиции и бит.

Изграденият през годините силен, емоционален и изключително позитивен имидж на бранда допринася за високата оценка на потребителите. Стратегията на марката следва пазарните тенденции, но се старее да запази най-важното за своите потребители – традицията и предаването от поколения на поколения рецепти. „За цялата Фамилия“ ще остане кулинарният бранд, който има за цел да запази семейството като изконна ценност.

► www.bella.bg/bg/brands/Familia

История

- 2000 – Марката лансира на пазара първия си продукт – фини точени кори.
- 2008 – Брандът навлиза в нова, динамично развиваща се пазарна ниша – баницы от точени кори.
- 2009 – Започва предлагането на замразени банички в седем разновидности, подбрани според вкусовете предпочитания на българския потребител.
- 2010 – На пазара се лансират тесто за питки, пици и мекици и наложени баницы със сирене и сирене и спанак.
- 2011 – Извършен е цялостен редизайн на бранда. Обособява се серията продукти „По рецепти от старата пекарна“.
- 2012 – Заснета е нова телевизионна реклама за традиционната серия „По рецепти от старата пекарна“.