



Walmark е най-бързо растящата компания в Централна и Източна Европа в сферата на производството на хранителни добавки, чиято цел е трайно да подобри здравето, качеството и начина на живот на своите потребители. Създадена през 1990 г., чешката компания преминава през различни етапи в своето развитие и поле на дейност, за да достигне с постоянство и отдаденост до съвременното си позициониране на лидер и иноватор, движещ една от най-конкурентните индустрии в света напред. Сред някои от най-предпочитаните и доказали се марки на Walmark в България са Urinal, GinkoPrim, Prostena Perfect, Proenzi, OmegaPrim, „Марсианци“ и много други. „Walmark България“ е лидер на пазара в България вече 11 години поред.

**Пазар**

Българският пазар на хранителни добавки възлиза на 315 млн. лв.\*, като тенденцията е да се увеличава с всяка изминала година. Пазарният дял на първите 10 компании в сектора на хранителните добавки е 34% в стойност, като „Walmark България“ отбелязва близо 7% ръст и убедително затвърждава лидерската си позиция. Оборотът на компанията е 23 млн. лв., или 7,3% пазарен дял, като втората компания в класацията има два пъти по-нисък дял.

Знаете ли, че...  
 • Walmark е семейна компания, основана от тримата братя Валах.  
 • В началото на своето развитие компанията е притежавана дивизия за производство на безалкохолни напитки, която по-късно е продадена на Coca-Cola.



Сред категориите с най-голям ръст на пазара са „Грижа за дихателните пътища“ с 33% и „Женско интимно здраве“ (25%). Най-големите категории, като продуктите за стави, уринарни инфекции, простата, памет и кръвооросяване, също продължават да растат с високи темпове – между 10% и 20%.

Прогнозите на специалистите са, че българският пазар на хранителни добавки ще продължава да се разраства, тъй като компаниите инвестират все повече в разработването на нови продукти и маркетинг активност.

**Постижения на марката**

Към днешна дата Walmark е №1 независим производител на витамини, минерали и хранителни добавки в Централна и Източна Европа с водещи позиции на множество пазари, сред които Чехия, Словакия, Румъния, България, Унгария, Полша и прибалтийските държави.

Walmark притежава една от най-широките продуктови гамии и един от най-съвременните фармацевтични заводи в Република Чехия за производство на лекарства и хранителни добавки, които отговарят на най-високите световни стандарти за контрол и качество на всички нива на производствения цикъл, включително и GMP стандарт за фармацевтично качество.

GMP (Good Manufacturing Practice) е стандарт, който поставя поредица от строги изисквания към хигиената, персонала, оборудването и технологиите с цел гарантиране на най-високо качество, ефективност и безопасност на крайния продукт. GMP е всъщност нормативно задължителен стандарт за производство на лекарства, но Walmark го прилага и при производството на хранителни добавки, което още веднъж утвържда да покаже отношението, което компанията проявява както към собствения си бизнес, така и към своите клиенти.

Walmark е награждавана многократно с най-високи отличия за различни постижения в своята област – за принос в експортната дейност, за избор на потребителите Superbrands 2009–2010 за бранда Walmark и My



\*Продажи в стойност за пазара на хранителни добавки в периода юни 2016 г. – май 2017 г. – IMS Health.

www.walmark.bg  
 www.club-zdrave.bg

Love Marks 2014 за бранда GinkoPrim, за най-висока оценка от фармацевтичната индустрия – „Хранителна добавка на годината 2012“ за GinkoPrim.

**Продукт**

Отличителна черта на Walmark е силният състав на продуктите – синергични комбинации, патентовани субстанции и стандартизирани екстракти, които ефективно и бързо дават положителен резултат в борбата със съответния здравословен дискомфорт. Портфолиото на „Walmark България“ обхваща над 50 продукта и непрекъснато се обогатява, усъвършенства и развива.

Продуктовото портфолио на „Walmark България“ включва редица марки – лидери в своите категории, сред които Proenzi – в грижата за ставите; Prostena Perfect и Urinal – урологични продукти за мъже и жени; GinkoPrim – памет и кръвооросяване; „Марсианци“ – серия от продукти за деца; OmegaPrim – грижа за здраво сърце; „Калмацин“ – красиви коса, кожа и нокти и други.

Иновациите са ключът към успеха на компанията, която използва задълбочени научни изследвания, открития и разработки, за да подобри и развие продуктите, които произвежда. Walmark подкрепя новаторски идеи за усъвършенстване на технологии, инструменти и продукти, които имат потенциал да подобрят и развият индустрията. Сред най-новите продуктови иновации на компанията са:

1. Sinulan – продуктова серия с иновативен състав, създадена изцяло на базата на клинично изследвани и доказани растителни екстракти, които подпомагат нормалната функция на горните и долните дихателни пътища и имунната система. Серията съдържа продукти както за възрастни, така и за деца и доказано няма странични ефекти.



2. BioPronIB-Symbio – цялостна новаторска серия продукти при синдром на раздрозеното черво (IBS) със съвременен подход в грижата за храносмилателния тракт. Балансът на чревната микрофлора е един от основните ключове към здравето, а в същото време последните проучвания показват че 20% от хората по света страдат от IBS. Богатото портфолио на BioPron IB-Symbio предлага отлични решения в случай на IBS.



3. „Проензи Интензив“ – обогатена формула с уникален по рода си състав и усилено действие за здрави стави. Новата формула съчетава пълен комплекс за свободно движение и притежава ключови елементи на ставния хрущял за активно подхранване. „Проензи Интензив“ включва и патентован BioPerine® за по-добро усвояване в организма на важни съставки за ставите, което го отличава на пазара.



**Съременно развитие**

От 1992 г. Walmark започва да внася, а след това и да произвежда фармацевтични продукти, по-специално хранителни добавки и лечебна козметика. През 2001 г. ръководството на компанията взема решение за стратегическата ориентация на компанията към фармацевтичното производство – сфера на дейност с големи перспективи и растеж както в локален, така и в международен аспект.

Промяната в политиката на компанията е в резултат на високите постижения в сферата на фармацевтичното производство и здравословния начин на живот. Тези области осигуряват реален синергичен ефект и по-голям потенциал за по-нататъшно развитие дори и на международно ниво. Като допълнение към силната позиция на компанията в Чехия Walmark бързо увеличава броя на представителствата си и в други европейски страни: Словакия, Румъния, Полша, Унгария, Литва, България и Латвия, и започва да изнася за различни държави в цял свят – в Европа, Близкия изток, Азия и Африка. Значителен дял от оборота е реализиран на чужди пазари и международните продажби постоянно се увеличават. Години наред „Walmark България“ е категоричен лидер на пазара на хранителни добавки в България, като компанията показва стабилни резултати и се развива в непрекъсната възходяща линия вече повече от десетилетие.



Знаете ли, че...  
 • Компанията изнася своята продукция в повече от 150 страни в цял свят.  
 • Единствената дума, регионален мениджър в компанията, е Десислава Райчинова – изтънчен директор на „Walmark България“.

**Промоция**

Комуникационната стратегия на Walmark цели атрактивно, ясно и последователно послание към потребителите, адресирано чрез традиционни и иновативни медийни и немедийни канали. Спецификата на продуктите определя и съотношението им в комуникационния и медийния микс. Сериозно застъпени са телевизионните и дигиталните кампани, подкрепени с активности в точката на продажба. Широкият спектър от продукти налага комуникация на различни нива и послания към крайния потребител. Компанията е реализирала също и множество информационни кампани, свързани с грижата за здравето, в партньорство с уважавани медицински специалисти. Общото между всички тях е призивът за отговорен и здравословен начин на живот, който следва да се превърне в приоритет на съвременния човек.

**Ценности**

Освен традиционните комуникационни канали като модерна компания Walmark следва тенденциите и общува активно със своите потребители чрез социалните мрежи. Освен да предоставят полезна информация, бранговете на компанията се стремят да отговорят на важни въпроси, свързани със здравословния начин на живот на хората. Фирмата инвестира и ресурси в разпространяването на полезна и стойностна информация за крайния потребител, свързана с поддържането на добра концентрация, мозъчно здраве, силни стави, добро кръвообращение и много други.

Мисията на компанията е да разработи и предложи на потребителите оригинални висококачествени продукти, които значително и трайно да подобрят тяхното здравословно състояние и качеството им на живот. А когато резултатът е роден от синергията между професионализъм и лично отношение, ефектът неминуемо надминава очакванията. Ето защо Walmark не престава да се стреми към мотивиране на хората да придобият по-отговорно отношение към себе си, да общат себе си и да се грижат за себе си. Този път е единственият, който Walmark припознава като верен за постигане на своята мисия – да допринесе ежедневно за поддържането на активен и пълноценен живот.



**История**

