

Nowa strategia marketingowa marki Herbapol Lublin S.A. zostanie wdrożona jeszcze w tym roku. Firma z ponad 60-letnią tradycją, produkująca syropy spożywcze i herbaty ziołowe zdecydowała się na połączenie dawnych obyczajów i świeższego spojrzenia na swoje produkty, które według przewidywań mają dotrzeć także do młodszych konsumentów. Działania reklamowe i marketingowe odbędą się pod hasłem „Masz to w naturze”.

Delikatnemu liftingowi uległ logotyp Herbapolu, projekt Art&Craft, który zajął się także nowymi wzorami opakowań. Zgodnie z trendem retronowoczesności, świeży design ma być odzwierciedleniem tradycji kraju poprzez wykorzystanie wzorów ludowych z różnych regionów Polski. Już w listopadzie swoją pierwszą odsłonę będzie miała część kampanii telewizyjnej. Zobaczymy 30-sekundowe spoty, wyreżyserowane przez Marka Dawida, na których wyraźnie da się dostrzec koncepcję współistnienia i podobieństwa światów natury oraz ludzkiego. Jest to głównym założeniem strategii „Masz to w naturze”. Roman Górny, prezes zarządu Herbapolu, mówi: Chcemy, aby Herbapol był marką jeszcze bliższą ludziom. Bliską w przenośni – budzącą ciepłe emocje i kojarzącą się z dobrymi, trwałymi wartościami, oraz bliską dosłownie – zawsze będącą „pod ręką”, na stole lub półce w kuchni. W świecie zmian, świecie nowoczesności, są pewne wartości, które zanikają. Przedstawiciele agencji reklamowej San Markos, która zajmuje się założeniami platformy „Masz to w naturze”, stworzyli profil firmy, który w pewien sposób rewolucjonizuje spojrzenie na konkretne produkty spożywcze, pielęgnując polskość, naturalność i zdrowie, a jednocześnie kładzie nacisk na tradycyjny charakter marki. Od listopada do sklepów zaczną trafiać produkty w nowych opakowaniach: herbaty owocowe z serii Herbaciany Ogród, syropy Owocowa Spizarnia oraz herbaty ziołowe Zielnik Polski. Produkty te powstają wyłącznie z naturalnych składników. Herbapol wykorzystuje ekspertyzę farmaceutyczną, dzięki czemu wskaźnik zaufania polskich konsumentów wobec tej marki wynosi 60%.

Ponadto, w poniedziałek, 15 października miała miejsce uroczysta gala, na której odbyło się wręczenie nagród Herbapol – Esencja Natury 2012. Podczas uroczystości w restauracji Belvedere w Łazienkach Królewskich, którą poprowadziła Dorota Wellman, swoje tytuły odebrali: prof. dr hab. Med. Piotr Kuna w kategorii „Wykorzystanie natury w pracach naukowych”, Mateusz Kusznierewicz w kategorii „Inspiracja naturą w życiu”, Tomasz Tomaszewski w kategorii „Inspiracja naturą w sztuce” oraz Adam Wajrak w kategorii „Propagowanie natury w mediach”. Nagrody zostały przyznane po raz czwarty, w poprzednich edycjach Herbapol wyróżnił między innymi Martynę Wojciechowską, Annę Marię Jopek, Sebastiana Karpiel-Bułeckę oraz Beatę Pawlikowską. Nagrody Herbapol – Esencja Natury są po raz kolejny dowodem na to, że istnieją wśród nas ludzie, którzy doskonale łączą swoją pracę i pasję z zamiłowaniem do natury i otaczającej nas przyrody. Herbapol poprzez działania reklamowe, marketingowe i przede wszystkim swoje produkty, pochodzące z naturalnych źródeł, daje wspaniały przykład tego, że wszyscy jesteśmy częścią natury i właśnie to powinniśmy w sobie pielęgnować.



**MASZ TO
W NATURZE**

Magdalena Leszczyńska / **newss.pl**