

# HALIBUT®



www.grunenthal.pt

Halibut® é a marca em que os Portugueses confiam para tratar a pele de toda a família, há mais de cinquenta anos. Halibut® pertence à Grunenthal, uma empresa farmacêutica independente que aposta fortemente na investigação a nível mundial, particularmente na área da dor. Esta empresa alemã está presente em mais de 80 países, e em Portugal as suas áreas estratégicas são a Pele, Dor, Ginecologia e Sistema Nervoso Central.

### Valores da Marca

A marca Halibut® é a marca de referência dos consumidores na protecção e tratamento dos problemas de pele. Lançada em 1950, Halibut® Pomada é um Medicamento Não Sujeto a Receita Médica. Em 2005, Halibut® desenvolveu uma gama alargada de produtos, na área da dermocosmética, Halibut Derma® para a protecção e regeneração da pele, que mantém os valores da marca: eficácia, segurança, confiança e excelente relação qualidade preço.

### Produtos e Desenvolvidos Futuros

A gama Halibut® foi desenvolvida através da combinação de três factores: estudo das expectativas dos consumidores, desenvolvimento tecnológico na unidade Grunenthal na Suíça e testes clínicos de segurança e eficácia, conduzidos por entidades independentes em Portugal. Halibut® sabe que a dispensa de um produto na farmácia é uma actividade que cria valor e oferece

benefícios aos consumidores. Assim, paralelamente ao desenvolvimento dos seus produtos, a marca oferece serviços adicionais, criando um capital de confiança, baseado no aconselhamento e na promoção da saúde apoiando o

farmacêutico com informações úteis e diferenciadas para os consumidores, como seja o Guia da Mãe e do Bebê. Halibut®, é líder de mercado mas continua a estar muito atento às expectativas dos consumidores e às necessidades específicas



da pele. Foi por isso que desde 2005 lançou novos produtos, tendo sido alguns deles reconhecidos com prémios de inovação. Depois do lançamento, em 2005 e 2006, de Halibut Derma® Creme, Spray, Cremes de Mãos, Anti-Estrias e Labiais, a marca Halibut® lançou em 2007, uma gama de produtos para o cuidado dos pés, reforçou a sua linha de labiais e apostou fortemente numa linha de produtos para a higiene e hidratação diária da pele, desde o recém-nascido. A linha dermatológica Halibut Derma® Pele Sensível foi testada sob controlo pediátrico e dermatológico em bebés dos 3 aos 37 meses.

Sempre atenta à evolução do mercado, a marca continua virada para o futuro e em 2009 assinala o seu novo posicionamento, com uma nova assinatura, "Halibut®. Essencial como o Amor" e uma nova abordagem, ao serviço do seu consumidor preferencial – o bebé e a mamã. A tradição renova-se com novas fórmulas, enriquecidas, para o cuidado e tratamento dos problemas da pele. Surgem diferentes formas para informar cada vez melhor o consumidor e trabalha-se para um contacto mais directo com o público, no ponto de venda, com um lifting de imagem gráfica em todas as embalagens.

### Mercado

A marca Halibut® é líder de mercado no segmento dos produtos de higiene e hidratação para a pele do bebé, o que justifica desde sempre a forte ligação da marca à mãe e ao bebé. Entre o mercado de

farmácia e o hospitalar vende mais de 1 milhão de unidades por ano.

### Vantagens Competitivas

Os factores críticos de sucesso do mercado, são a eficácia, a segurança, o grau de recomendação por profissionais de saúde e a melhor relação qualidade preço do mercado. A vantagem competitiva de Halibut® reside no facto de os pontos fortes da marca e os factores críticos do mercado coincidirem. Algumas das provas inequívocas da sua primazia face à concorrência é o facto de ser considerada uma marca "Muito Forte"



### Factos que desconhece

Halibut é um peixe do Atlântico, também conhecido por Alabote. Tem um aspecto curioso, meio achatado e alongado. Os óleos de fígado de peixe, pela sua riqueza em vitamina A e D, há muito que são utilizados em preparações farmacêuticas.

O Zinco é o principal constituinte da pomada Halibut®, já era usado pelos Egípcios em 1.500 AC.

O Zinco é um elemento fundamental à actividade de mais de 300 enzimas que existem no corpo humano, entre as quais algumas necessárias à proliferação celular durante a cicatrização.



(Brand Equity Index da ACNielsen > 5), estatuto apenas alcançável por 5% das marcas a nível mundial; ter um índice de notoriedade de 85% (Estudo ACNielsen 2005); os consumidores terem eleito produtos do ano - Grande Prémio de Marketing Inovação, Halibut Derma® Spray em 2006 e Halibut Derma® Mousse Hidratante e Protectora em 2008. Em 3 anos consecutivos (2007, 2008 e 2009) foi também eleita Marca de Confiança.

**1950**  
Lançamento da Pomada Halibut®.

**1997**  
Lançamento da embalagem 100gr, re-styling da embalagem e a introdução da tampa flip-top.

**2003**  
Nova embalagem em polyfoil e nova imagem.

**2005**  
Lançamento da gama Halibut Derma®.

**2006**  
Halibut® vence pela 1ª vez o prémio Superbrands.

**2009**  
Lifting gráfico das embalagens e nova assinatura de marca: Halibut®, Essencial como o amor.