CATHERINE COSTA, RESPONSABLE DE ALVITA EN ESPAÑA

"Queremos convertirnos en la marca de referencia, en la que el farmacéutico pueda confiar, y recomendar sin reservas"

ALVITA, LA MARCA DE PRODUCTOS PARA EL CUIDADO Y BIENESTAR DEL PACIENTE, DISEÑADA POR ALLIANCE HEALTHCARE EN EXCLUSIVA PARA LAS OFICINAS DE FARMACIA, CELEBRA ESTE AÑO SU 10º ANIVERSARIO.

Catherine Costa

Para la ocasión, la compañía está preparando varias iniciativas dirigidas a las farmacias, como ofertas y descuentos especiales a lo largo del año, tests de conocimiento sobre la marca, sorteos de premios, etc.

La gama Alvita cuenta con más de 200 artículos, distribuidos en 11 categorías que cubren las principales necesidades del consumidor en cuanto a cuidado personal: diagnóstico, primeros auxilios, material de cura, incontinencia, ortopedia, óptica, bienestar, higiene personal, belleza, higiene oral y cuidado infantil. Alvita presenta crecimientos anuales a doble dígito y es una de las marcas de distribución farmacéutica que más crece, por tercer año consecutivo. Actualmente está disponible en 6 mercados europeos: Francia, Reino Unido, Italia, España, Portugal y Alemania. Tal y como nos explica **Catherine Costa**, *responsable de Alvita en España, "queremos aprovechar este acontecimiento para acercar todavía más la marca al farmacéutico y reforzar nuestro lema: ¡Piensa Alvita! Queremos convertirnos en la marca de farmacia de referencia, en la que el farmacéutico pueda confiar, y recomendar sin reservas a los consumidores que prestan especial atención al precio".*

Muchos productos Alvita gozan de una elevada penetración en el mercado, como la nueva línea de tensiómetros, validada clínicamente por la Sociedad Española y la Sociedad Europea de Hipertensión; los tests de embarazo, que presentan un nivel de exactitud del 99%, así como de forma general los productos de tipo "Commodities", productos de uso habitual para los cuales la marca comercial no desempeña un papel relevante en la decisión de compra (alcoholes, agua oxigenada, suero fisiológico, etc.).

Lanzamientos

"Entre los últimos lanzamientos", resalta Costa, *"cabe destacar la excelente performance de la línea de ortopedia. Su comercialización se inició en septiembre del 2015, aúna calidad y confort a precio atractivo, y está diseñada para dar soporte y facilitar la recuperación de lesiones. Las 15 referencias (tobilleras, rodilleras, muñequeras y fajas) cubren las principales necesidades. Los productos han sido desarrollados en exclusiva para Alvita por un especialista, con tejido transpirable para un confort añadido, son ajustables y ambidiestros, y presentan un diseño atractivo. Se trata de una línea muy diferenciadora en el mercado, lo que explica su buenísima acogida por parte de las farmacias y de los pacientes".*

El pasado marzo lanzaron una línea muy demandada: los best-sellers de higiene personal y belleza de Alvita en formato mini (<100 ml). Entre otros proyectos, tienen previsto completar la línea de higiene personal de Alvita con nuevos formatos (jabones de manos, geles con dosificador para facilitar su utilización) y fragancias.

En Alvita, como destaca la responsable, *"prestamos especial atención en la calidad de los productos. Todos nuestros proveedores están avalados por auditorías exhaustivas y muy estrictas, que abarcan tanto aspectos referentes a las Buenas Prácticas de Fabricación, como a Responsabilidad Social Corporativa. Y gracias a la dimensión internacional del Grupo Walgreens Boots Alliance, podemos generar economías de escala y ofrecer precios competitivos sin presión de stock para la farmacia. Por ello, estamos convencidos que Alvita conseguirá a corto plazo convertirse en la marca de farmacia de referencia".*