



Velvet to marka z 20-letnim doświadczeniem, produkowana w fabryce z ponad 120-letnią tradycją. Jako niekwestionowany lider kategorii papierowych na polskim rynku jest ceniona przez kupców, klientów, a przede wszystkim konsumentów. Velvet nieustannie się rozwija w różnych kategoriach, oferuje innowacyjne rozwiązania i spełnia oczekiwania swych nawet najbardziej wymagających odbiorców.



#### Kontekst rynkowy

Marka Velvet jest obecna w kilku kategoriach rynkowych (papier toaletowy, ręczniki kuchenne, chusteczki higieniczne i uniwersalne, nawilżany papier toaletowy, nawilżane chusteczki dla niemowląt oraz płatki i patyczki higieniczne). Jednak jej sercem od zawsze są papierowe wyroby higieniczne. Rynek tych ostatnich od lat jest kreowany w Polsce przez produkty pochodzące z papierni w Kluczach – to tam w 1976 r. powstała pierwsza w Polsce, a najnowocześniejsza wtedy w Europie maszyna do produkcji bibułki higienicznej z czystej celulozy. W roku 1997, w setną rocznicę założenia fabryki, powstała marka Velvet. Pierwsza marka, która zaoferowała konsumentom miękkość, wysoką jakość i innowacyjne podejście, jak np. kolorowy papier toaletowy, chusteczki w pudełkach o pięknych wzorach czy papierowe ręczniki kuchenne. Dzięki marce Velvet, oraz intensywnym kampaniom reklamowym towarzyszącym jej wprowadzeniu, rynek papierowych wyrobów higienicznych zaczął się zmieniać. Niskiej jakości tani szary papier przestał dominować i dzięki temu wartość rynku papierowych wyrobów higienicznych zaczęła dynamicznie rosnąć, osiągając w chwili obecnej ponad 2,6 mld zł. Kategorie papieru higienicznego

szybko stały się jednymi z największych kategorii chemicznych w Polsce, bardzo ważnymi dla obecnego tym rynku detalistów.

#### Oferta

Velvet to ponad 40 produktów, które marka oferuje konsumentom, zapewniając komfort na co dzień. Produkty Velvet produkowane są w 100 proc. z najwyższej jakości bibułki celulozowej zgodnie z certyfikatem ISO 9001. To: • **Papiery toaletowe Velvet** – produkty dostępne w wielu opcjach w zależności od preferencji konsumentów, np. Papier Toaletowy Velvet „Delikatnie Biały”, z tłoczeniami z postaciami niedźwiadków (ikona marki Velvet); Papier Toaletowy Velvet „Rumianek i Aloes” o łagodnym zapachu i delikatnym nadruku w rumianki. Wymagający klient może wybrać produkt z linii premium Velvet Excellence: Biała Elegancja, Rumianek i Aloes czy Premium Komfort 4 warstwy. • **Ręczniki papierowe Velvet** – to gama chłonnych i wytrzymałych produktów, o różnej wielkości rolek. Małe, średnie oraz tzw. GIGA rolki, ręczniki białe oraz z kolorowym, dekoracyjnym nadrukiem to oferta, w której każdy znajdzie wariant odpowiedni dla siebie. • **Chusteczki higieniczne Velvet** – ich miękkość i delikatność to zasługa najwyższej jakości bibułki

celulozowej. Dostępne w paczuszkach w standardowym formacie lub w wersji Mini są niezawodne podczas kataru, łzawienia lub przy drobnych zabrudzeniach. • **Chusteczki uniwersalne Velvet** – w pudełkach o różnych kształtach i wielkościach, w różnych kolorach czy eleganckich wzorach zapewniają wygodę stosowania. W salonie, kuchni, łazience i samochodzie chusteczki są zawsze pod ręką. Velvet – jako lider kategorii markowych papierowych produktów higienicznych – od lat poszerza ofertę o produkty odpowiadające na potrzeby konsumentów. Linia standardowych papierów toaletowych została wzbogacona o nawilżany papier toaletowy Velvet. Dzięki temu produktowi konsumenci mogli odkryć nowy standard świeżości i czystości każdego dnia.



Papier ten dostępny jest w wariantach: Rumiankowy, Pure oraz Junior (dla dzieci). W 2015 r. w portfolio marki znalazły się płatki i patyczki kosmetyczne. To obowiązkowe wyposażenie każdej kobiecej kosmetyczki. Są niezbędne do oczyszczania skóry oraz pielęgnacji twarzy i ciała. Są miękkie i delikatne, a dzięki złączonym brzegom nie rozwarstwiają się podczas używania. Specjalnie z myślą o najmłodszych użytkownikach w 2016 r. marka wprowadziła do oferty hipoalergiczne chusteczki nawilżane Velvet Baby, dostępne w dwóch

wariantach: Sensitive o delikatnym zapachu oraz Pure, produkt bezzapachowy. W kolejnym roku Velvet poszerzył gamę ręczników o innowacyjny ręcznik papierowy Velvet Turbo. To propozycja dla osób ceniących wyjątkową chłonność ręcznika oraz bardzo dużą liczbę listków, które wystarczą na wiele dni. Trzywarstwowy ręcznik jest wytrzymały, a przy tym superwydajny. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom konsumentów w 2018 r. portfolio marki zostało poszerzone o kolejne produkty specjalistyczne w kategorii chusteczek – chusteczki Velvet balsam z ekstraktem z nagietka oraz Velvet balsam o kremowym zapachu. Obie linie to wyjątkowo miękkie i delikatne chusteczki higieniczne z dodatkiem balsamu, który daje poczucie łagodnej pielęgnacji wrażliwej skóry okolic nosa.

#### Osiągnięcia

Velvet ma silną pozycję i jest najbardziej rozpoznawalną marką produktów papierowych w Polsce, czego dowodzi wyróżnienie Superbrands corocznie przyznawane Velvet od kilku lat. O uznaniu konsumentów świadczą też inne liczne, co roku zdobywane godła: Konsumentki Lider Jakości, Najlepszy Produkt czy Ulubiona Marka Polaków. Produkty Velvet budzą też ogromne zaufanie w branży – corocznie zdobywają nagrody, takie jak Hit Handlu, Przebój FMCG oraz Złoty Paragon. Ogromnym osiągnięciem marki jest zbudowanie w Polsce kategorii nawilżanego papieru toaletowego, wartej już prawie 40 mln zł, z czego ponad 1/4 należy do Velvet.

#### HISTORIA MARKI

- 1897** Właściciel majątku Klucze, Ludwik Mauve, ruszył z budową fabryki papieru.
- 1997** Start produkcji papieru toaletowego i chusteczek pod marką Velvet.
- 2002** Velvet liderem w kategorii papierów toaletowych i chusteczek oraz serwetek i ręczników papierowych.
- 2013** Powstała spółka Velvet CARE z polskim kapitałem.

- 2014** Velvet pojawił się w nowej szacie graficznej – z misiem polarnym, symbolizującym delikatność, czystość i miękkość.
- 2015** W zakładzie w Kluczach ruszyły nowe linie technologiczne: do produkcji wyrobów nawilżanych, balsamiarka oraz linia do produkcji chusteczek higienicznych; portfolio Velvet zostaje poszerzone o: wyroby nawilżane, chusteczki higieniczne z balsamem oraz papier toaletowy z balsamem.
- 2015** Oferta Velvet została wzbogacona o płatki i patyczki kosmetyczne.

#### TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

W marcu 2018 r. w kluczewskiej fabryce została uruchomiona supernowoczesna, potężna (o szerokości 5,6 m) szwedzka maszyna papiernicza produkująca bibułkę. Ogromny, okrągły cylinder będący jej sercem przyplłynął z zagranicy do portu w Szczecinie i został przetransportowany Odrą do Opola. Pokonanie ostatniego odcinka drogi z Opola do Klucza (niespełna 100 km) trwało ponad tydzień.

**235 000 000**

Tyle rolek papieru toaletowego Velvet wyprodukowano na polski rynek w 2017 r. w fabryce w Kluczach. Ułożone jedna na drugiej zbudowałyby wieżę o wysokości około 22 795 km! Rozwinięte rolki w takiej liczbie owiłyby kulę ziemską ponad 123 razy!

#### Promocja marki

Velvet korzysta z wielu kanałów komunikacji: telewizji, prasy, outdooru, radia, kina, Internetu, mediów ambientowych i niestandardowych (np. plakatów w toaletach, ekranów LED) oraz całego spektrum materiałów POS dostępnych w punktach sprzedaży. Marka ma też doświadczenia z zakresu promocji konsumenckich (wykorzystuje cashback, loterie, konkursy) oraz działań CSR. W ostatnich latach marka Velvet w masowej komunikacji telewizyjnej wykorzystuje standardowe formaty reklamowe, działania sponsoringowe oraz product placement. W 2017 r., z okazji 20-lecia obecności marki na polskim rynku, konsumenci zobaczyli np. reklamę Velvet pod hasłem „Od 20 lat jesteśmy z Wami” oraz mogli wziąć udział w Loterii Urodzinowej, w której nagrodami były samochód osobowy oraz pula nagród pieniężnych. Kampanie telewizyjne marki zawsze są uzupełniane działaniami w innych mediach, a informacje o produktach i aktualności dostępne są na stronie internetowej marki oraz w mediach społecznościowych (profil Świat Velvet).

[www.swiatvelvet.pl](http://www.swiatvelvet.pl)