



„Żyć wygodniej!” to hasło marki i motto odzwierciedlające misję Jana Niezbędnego. Już od niemal 16 lat marka kreuje nowe trendy. Systematycznie poszerza ofertę, poszukując nowych możliwości i ciekawych rozwiązań produktowych, dzięki którym domowe obowiązki stają się łatwiejsze i mniej uciążliwe. Pozycja lidera na rynku produktów gospodarstwa domowego jest systematycznie potwierdzana i umacniana przez liczne wyróżnienia oraz wysokie miejsca w rankingach sprzedażowych. Jednak nagroda, która jest dla Jana Niezbędnego szczególnie istotna, to sympatia konsumentów, którzy kupują produkty i chętnie z nich korzystają każdego dnia.



Kontekst rynkowy

Rynek produktów gospodarstwa domowego cechuje się bardzo dużą konkurencją. Oprócz międzynarodowych graczy operują na nim liczne marki własne oraz wielu lokalnych producentów. Dzięki innowacyjnym i dobrej jakości produktom w atrakcyjnej szacie graficznej, jak również wyróżniającej się, konsekwentnej, długoterminowej i silnej komunikacji marketingowej, Jan Niezbędny utrzymuje niekwestionowaną pozycję lidera rynkowego.

Jan Niezbędny w liczbach to:

- 7 – w tylu krajach marka jest dostępna,
- 16 – tyle lat Jan Niezbędny gości w domach polskich konsumentów,
- 20 – kategorii niezbędnych i pomocnych produktów,
- 225 – produktów w ofercie.



Osiągnięcia

Od listopada 2000 roku Jan Niezbędny dba o polskich konsumentów, systematycznie poszerzając ofertę produktów i wprowadzając innowacje. Zaufanie i sympatia konsumentów przekładają się na liczne, prestiżowe nagrody. Spośród przyznanych ostatnio warto wymienić: Konsumentki Lider Jakości Grand Prix 2015, Złoty Laur Konsumenta 2016 czy Najlepszy Produkt Wybór Konsumentów 2016. To bardzo ważne i cenne wyróżnienia, ponieważ o ich przyznaniu decydują zarówno konsumenci, jak i eksperci w dziedzinie marketingu. Konsumentki doceniają nowości Jana Niezbędnego. Wprowadzone w 2014 roku pojemniki silikonowe zdobyły szereg nagród, takich jak: Super Produkt „Świata Kobiety” 2015 czy Produkt Roku 2015. Ostatnie nowości, deski do prasowania i suszarki zostały uhonorowane

godłem Konsumentki Lider Jakości – Debiut Roku 2016 oraz Dobry Produkt Wybór Konsumentów.

Jan Niezbędny to także prawdziwie ekologiczna marka, zaangażowana w działania na rzecz środowiska naturalnego. Tworzy przyjazne środowisko, proekologiczne produkty: ściereki bambusowe i z mikrofibry, magiczne gąbki niewymagające używania detergentów czy degradable worki na śmieci Eko Natura, które – znacząco szybciej niż zwykle – rozkładają się na wysypisku. Marka angażuje się również w projekty związane z ochroną środowiska naturalnego. Dumą Jana Niezbędnego jest udział w cyklicznym projekcie „Czyste Tatry” – największej akcji sprzątania polskich gór. Już pierwsza akcja, w 2012 roku, zyskała popularność i międzynarodową rangę. Jan Niezbędny zaprojektował i wykonał plecaki do zbierania i bezpiecznego transportowania śmieci, a także zaopatrzył



TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- Jan Niezbędny był pierwszą spersonalizowaną marką w swej kategorii na polskim rynku. Jan Niezbędny zerka z opakowań produktów i komunikuje się z konsumentami poprzez „list od Jana” wydrukowany na opakowaniach.
- W 2003 roku Jan Niezbędny rozszerzył działalność poza granice Polski – na kraje, w których obecna jest Grupa Sarantis: Czechy, Słowacja, Serbia, Bułgaria, Rumunia, Węgry. Tam produkty Jana Niezbędnego są niemal identyczne, jak w swej rodzimej wersji, tyle tylko, że z powodów trudności z wymową, marka nosi nazwę Fino. W roku 2014 Fino pojawiło się także w Portugalii.
- Worki na śmieci Eko Natura Jana Niezbędnego zawierają specjalny dodatek d₂w[®], dzięki któremu po upływie ok. 18-24 miesięcy na wysypisku śmieci rozpoczyna się proces ich rozpadu. Całkowity degradacja worków Eko Natura następuje po kilku latach, dzięki czemu organiczne odpady mogą ulec kompostowaniu. Wykole worki na śmieci rozkładają się po ok. 400 latach.



na sukces produktów Jana Niezbędnego. Marka oferuje produkty do pakowania i przechowywania żywności oraz pomagające w utrzymaniu czystości w domu, m.in.: folie aluminiowe i do żywności, produkty do pieczenia i mrożenia, naczynia jednorazowe, worki na śmieci, ściereki i zmywaki, mopy, deski do prasowania i suszarki do ubrań i wiele innych. W asortymencie Jana Niezbędnego znajduje się już 225 produktów, które ułatwiają wykonywanie codziennych obowiązków nie tylko w domu, lecz także np. na wyjazdach, imprezach plenerowych czy w ogrodzie.

Nowoczesność i innowacyjność to cechy, które wyróżniają produkty Jana Niezbędnego. Marka reaguje na potrzeby konsumentów, poznaje ich oczekiwania, dzięki czemu jest w stanie wzbogacać ofertę o nowe, atrakcyjne produkty. Wiele z dostępnych na rynku popularnych produktów to unikatowe pomysły Jana Niezbędnego – przykładem mogą być worki na śmieci z taśmą czy silikonowe, składane pojemniki do żywności. Marka stara się wspierać konsumentów nie tylko produktami wysokiej jakości, lecz także praktycznymi poradami. Na nowoczesnej stronie internetowej www.janniezbedny.pl znajduje się rozbudowana baza wiedzy odnosząca się do tematyki gotowania, pieczenia oraz porządków.

Promocja Marki

Każdego roku Jan Niezbędny wspiera organizatorów Mistrzostw Polski w Triathlonie. Tradycją stało się już, że co roku udział w imprezie biorą znane osobowości kina i telewizji, co dodatkowo wzmacnia atrakcyjność widowiska dla kibiców. Od lat na tej imprezie bije swoje „życiówki” Tomasz Karolak, ostatnio do rywalizacji stanęli m.in. gen. Roman Polko i aktorka Karolina Gorczyca. Marka Jan Niezbędny była na imprezie niezwykle widoczna. Kibice dopingowali zawodników setkami kołatek z logo marki, a Strefa Wypoczynku z żółtymi materacami wręcz pękała w szwach. Każdy z ponad tysiąca zawodników wiele razy skorzystał z lodu przygotowanego w workach Jana Niezbędnego, gąbek i kubeczków. Kolejny raz Jan Niezbędny ufundował nagrody pieniężne w kategorii Kobiety, we wszystkich grupach wiekowych. Na początku sezonu grillowego Jan Niezbędny, już tradycyjnie razem z Radiem Zet, zaprasza do wzięcia udziału w ogólnopolskim konkursie Mistrzostwach w grillowaniu o puchar – oczywiście – Jana Niezbędnego. W 2015 roku finaliści konkursu walczyli o tytuł mistrza w ławie. W jury znalazła się m.in. Kinga Paruzel, finalistka I edycji programu „MasterChef”. Wygrała kulinarna prostota: piersi kurczaka nadziewane serem kozim, podane z sałatką z pomidorów i mozzarelli.

www.janniezbedny.pl
www.facebook.com/JanNiezbedny

Oferta

Praktyczność, wygoda, funkcjonalne rozwiązania, a do tego dobra jakość w przystępnej cenie – to wszystko składa się

HISTORIA MARKI

- 2000** Pojawienie się na rynku marki Jan Niezbędny z 28 produktami w portfolio.
- 2001** Pierwsza reklama telewizyjna.
- 2003** Jan Niezbędny w wersji Fino debiutuje w Bułgarii, Czechach, Rumunii, Serbii oraz na Słowacji i Węgrzech.
- 2005** Pierwszy Złoty Laur Konsumenta.

- 2006** Nagroda Premium Brand – Marka Wysokiej Reputacji.
- 2008** Cztery Złoty Laur Konsumenta; Odkrycie Roku dla worków na śmieci Tytan.
- 2009** Zmiana logo i repackaging marki; Eko Laur Konsumenta dla worków na śmieci Eko Natura.
- 2011** Wprowadzenie nowej kategorii produktowej – mopy.

- 2012** Wprowadzenie nowej kategorii produktowej – ściereczki nasączone; marka Jan Niezbędny laureatem nagrody Superbrands 2012/2013.
- 2015** Ponad 225 produktów w portfolio marki i kolejne nagrody: Superbrands 2015/2016 i Created in Poland Superbrands 2015/2016.