



Jan Niezbędny skończył 20 lat! Przez ten czas zdobył tytuł niekwestionowanego lidera branży artykułów gospodarstwa domowego i sympatię konsumentów. Zgodnie z mottem marki: „Żyj wygodniej!” Jan Niezbędny stale poszerza ofertę i wprowadza kolejne innowacyjne produkty sprawiające, że codzienne obowiązki stają się znacznie prostsze i przyjemniejsze.



#### Kontekst rynkowy

Rynek artykułów gospodarstwa domowego, do którego przynależy marka Jan Niezbędny, jest bardzo konkurencyjny. Znajdują w nim miejsce zarówno międzynarodowi producenci, jak i mniejsze firmy o zasięgu lokalnym. Aby wypracować i utrzymać pozycję lidera branży, Jan Niezbędny postawił na wysoką jakość produktów w przystępnej cenie, popartą zintegrowaną komunikacją marketingową. Marka konsekwentnie realizuje także strategię opartą na innowacyjnym podejściu do produktów gospodarstwa domowego. By zacieśnić relację z klientami i jeszcze lepiej dostosować się do ich potrzeb, Jan Niezbędny w 2016 roku wprowadził postać brand hero – niezastąpionego pomocnika podczas wykonywania codziennych obowiązków. Za pomocą interaktywnych kanałów na Facebooku oraz Instagramie dzieli się on z użytkownikami praktycznymi poradami ułatwiającymi codzienne życie, prezentując szeroką ofertę produktów aż w 19 różnych

kategoriach. Do potencjalnych klientów Jan Niezbędny dociera także poprzez akcje outdoorowe, aktywności w prasie konsumenckiej i prasie handlowej, prowadzi również działania PR-owe i digitalowe. Jan Niezbędny współpracuje z blogerami kulinarnymi, m.in. z finalistką MasterChefa Kingą Paruzel, organizował spotkania autorskie z Janem Kuroniem podczas promocji jego książki, a także takie wydarzenia jak: BloggerChef, Warsaw Fusion Gastro Show, czy Food Blogger Fest. Ponadto w roku 2019 marka była sponsorem programu MasterChef VIII edycji i wspierała uczestników w walce o tytuł.

#### Oferta

Jan Niezbędny stale obserwuje potrzeby konsumentów i rozwija swój asortyment. Na początku swojej działalności, w 2000 roku Jan Niezbędny miał w ofercie zaledwie 28 produktów, obecnie jest ich aż 286 w 19 kategoriach. Produkty takie jak: folie aluminiowe, spożywcze, papiery

do wypieków, torebki strunowe, pojemniki służące do przechowywania żywności oraz worki na śmieci, zmywaki, ściereczki, rękawiczki, mopy, deski do prasowania, suszarki – nie tylko pomagają utrzymać czystość w domu, ale są również przydatne podczas prac ogrodowych, wyjazdów czy przygotowywania rodzinnych posiłków. Choć na przestrzeni lat zmienił się asortyment i identyfikacja graficzna, to marce wciąż przyświeca ten sam, co na początku działalności, cel: dostarczać klientom rozwiązania innowacyjne, funkcjonalne i ułatwiające codzienne czynności. Marka słynie z poszukiwania i wdrażania nowoczesnych rozwiązań rewolucjonizujących nasze myślenie o domowych obowiązkach. To właśnie Jan Niezbędny wprowadził składane, silikonowe pojemniki na żywność oraz folię EASY odrywając palcami w dowolnym miejscu. W popularnych workach na śmieci z taśmą Magnum zastosowano innowacyjny system interleave, pozwalający odwrócić jeden worek za drugim, bez konieczności odrywania ich od siebie, co



stanowi prawdziwy przełom w rozwoju tej kategorii. Nie są to jedyne nowości, które zawdzięczamy marce – do szerokiej oferty produktów dołączyła w ostatnim czasie Folia z papierem do pieczenia 2 w 1, która łączy w sobie właściwości obu produktów: folia pozwala na uzyskanie dowolnego kształtu, natomiast papier do pieczenia minimalizuje ryzyko przypaleń. Kolejną niezaprzeczną nowością wprowadzoną przez markę Jan Niezbędny jest Dishmatic – zmywak z rączką. To innowacyjny produkt 3 w 1, w postaci nie tylko gąbki, lecz również dozownika, uchwyty oraz pojemnika na płyn do mycia naczyń. Produkt ten pozwala na ekonomiczne podejście do zmywania, oszczędza nie tylko płyn, ale również czas tracony na wielokrotne sięganie po płyn w trakcie zmywania, tym samym chroniąc nasze dłonie i paznokcie. W 2019 zostały wprowadzone pierwsze produkty z linii „Zielony dom”, stworzonej w trosce o środowisko. Zawierają surowce naturalnego pochodzenia (np. włókna bambusowe, włókna agawy sisalowej) lub materiały z recyklingu. Dzięki temu Jan Niezbędny przyczynia się do zmniejszenia produkcji pierwotnych tworzyw. Opakowania produktów również wykonane są z papieru (z kontrolowanych upraw drewna) lub folii, którą można poddać recyklingowi. Linia „Zielony dom” zawiera produkty z kategorii: worki na śmieci, porządki domowe i naczynia jednorazowe.

#### Osiągnięcia

Dzięki innowacyjnemu podejściu do produktów gospodarstwa domowego, marce udało się wypracować

pozycję lidera branży. W kategorii worków na śmieci Jan Niezbędny zajmuje od lat pozycję niekwestionowanego lidera i posiada 15,5 proc. udziałów wartościowych, a w kategorii produktów do przechowywania żywności 15,2 proc. (Nielsen, ScanTrack Drug, MAT 2019). Liczne nagrody świadczą o zaufaniu i sympatii, jakimi darzą nas konsumenci. W 2005 roku marka otrzymała swój pierwszy Złoty Laur Konsumenta, a dziś ma już na koncie wiele takich odznaczeń. Wśród prestiżowych nagród z ostatnich lat warto wymienić m.in. wyróżnienie w badaniu „Ulubiona Marka Polaków/Polek 2017” w kategorii „Akcesoria do sprzątania” czy też pierwsze miejsce w plebiscycie „Superprodukt Świata Kobiety” 2016 dla deski do prasowania PREMIUM. Marka jest nagradzana zarówno przez ekspertów branży, jak i przez samych konsumentów. W badaniu Superbrands 2017 Jan Niezbędny był bezkonkurencyjny w kategorii „Dla domu – akcesoria gospodarcze”, uzyskując najwyższy indeks spośród wszystkich ocenianych firm. Znalazł się także w zestawieniu 20 najsilniejszych marek na polskim rynku, bez podziału na kategorie, zajmując 13. miejsce. W 2018 roku ponownie triumfował w badaniu Superbrands, zdobywając kolejną statuetkę. W 2020 „Ściereczki uniwersalne jak bawełna” zostały wyróżnione przez Kupców Polskich i zdobyły tytuł „Złoty paragon” w kategorii „Artykuły gospodarstwa domowego”. W 2020 roku marka obchodzi 20. urodziny.



#### TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Linia higieniczna Jan Niezbędny (zmywak, mopy) została wzbogacona o środek antybakteryjny Ultra-fresh lub jony srebra, które powstrzymują gromadzenie i namnażanie się bakterii wewnątrz. Dzięki temu produkty zachowują swoją świeżość i neutralność zapachową znacznie dłużej.

20

Od tylu lat Jan Niezbędny gości w domach polskich konsumentów!

#### Ostatnie wydarzenia

Marka aktywnie uczestniczy w projektach propagujących proekologiczne postawy. Z dumą angażuje się w akcję „Czyste Tatry”, wspierając ją od pierwszej edycji. W ramach największego sprzątnia polskich gór zostały zaprojektowane i wyprodukowane plecaki do zbierania śmieci, a co rok setki ochotników zostają zaopatrzone w rękawice ochronne oraz ekologiczne worki. Efektem ostatniej, 8. edycji akcji było aż 586 kg śmieci, zebranych przez ponad 6 tysięcy wolontariuszy na 275 km górskich ścieżek. Ekologiczne worki trafiają także do schronisk PTTK, dzięki czemu mogą z nich korzystać turyści wychodzący na szlak. Obok tych działań prowadzone są także akcje edukacyjne. W ostatniej edycji pobito rekord Polski w kategorii „największa lekcja ekologii”. Wszystkie śmieci zebrane ze szlaków zostały przez wolontariuszy rozdzielone w odpowiednie kosze do segregacji, a te z kolei do zakładu przetwarzania odpadów, aby można było z nich wyprodukować ekologiczne worki na śmieci. Nie jest to jednak jedyna taka inicjatywa. Sukces sprzątnia Tatr zainspirował Jana Niezbędnego do wsparcia kolejnej ekologicznej akcji pod hasłem „Czyste Beskidy”.

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

#### HISTORIA MARKI

**2000** Jan Niezbędny debiutuje na polskim rynku.

**2001** Pierwsza reklama marki zostaje wyemitowana w telewizji.

**2003** Jan Niezbędny pojawia się jako Fino na Węgrzech, w Czechach, Rumunii, Bułgarii, Serbii i na Słowacji.

**2005** Marka zdobywa pierwszy Złoty Laur Konsumenta.

**2006** Jan Niezbędny otrzymuje nagrodę Premium Brand – Marka Wysokiej Reputacji.

**2008** Czwarty Złoty Laur Konsumenta oraz Odkrycie Roku dla worków na śmieci Tytan.

**2009** Pojawia się nowe logo, zmieniają się opakowania produktów marki Jan Niezbędny.

**2011** Firma wprowadza mopy jako nową kategorię produktową.

**2012** Kolejna kategoria produktowa – ściereczki nasączone; pierwsza nagroda Superbrands.

**2015** Firma rozszerza ofertę o kategorie desek do prasowania oraz suszarek na ubrania.

**2016** Wprowadzenie brand hero marki.

**2017** Jan Niezbędny otrzymuje nagrody Superbrands i Superbrands Polska Marka, zdobywa 13. miejsce w TOP20 Superbrands bez podziału na kategorie.

**2019** Wprowadzenie pierwszych produktów z linii „Zielony dom”, stworzonej w trosce o nasze środowisko.

**2020** Marka Jan Niezbędny obchodzi 20. urodziny.