



Velvet to niekwestionowany lider polskiego rynku markowych produktów higieny papierowej. Cenione przez klientów i konsumentów wyroby słyną ze swojej jakości, miękkości i delikatności, a popularne hasło marki: „Velvet – miękki jak aksamit” na trwałe zapisało się w historii reklamy i pamięci użytkowników, którzy znają je i nują od ponad dwóch dekad.



Kontekst rynkowy

Ćwierć wieku – dokładnie tyle minęło od chwili, kiedy w 1997 roku, w 100. rocznicę istnienia papieru w Kluczach, marka Velvet pojawiła się na rynku. Od tego momentu nieprzerwanie z wielką troską dba o miękkość, higienę i komfort w niemal każdym polskim domu, i stale wzbogaca swoją ofertę, obejmującą obecnie różne rodzaje ręczników papierowych, chusteczki higieniczne w oryginalnych formatach, szeroki wybór papierów toaletowych oraz innowacyjne na rynku papiery nawilżane.

Firma Velvet CARE zawdzięcza swój szybki i dynamiczny rozwój nieustającej pracy nad doskonaleniem produktów, aby zapewnić konsumentom jeszcze więcej komfortu i świeżości. Inwestycje w nowoczesne technologie pozwoliły jej na rozbudowę innowacyjnego parku maszynowego, w tym na uruchomienie jednej z największych i najnowocześniejszych maszyn papierniczych

w Europie Środkowo-Wschodniej. Mając na uwadze wyzwania współczesnego świata marka przyjęła strategię zrównoważonego rozwoju i stworzyła Eco Agendę, czyli mapę celów i ambicji związanych z ochroną środowiska. Składa się na nią pięć bazowych elementów: ochrona zasobów leśnych, recykling opakowań i surowców, oszczędne wykorzystanie wody w procesie produkcyjnym, redukcja ilości wykorzystywanego plastiku oraz zmniejszanie emisji gazów cieplarnianych.

Oferta

Portfolio marki Velvet to ponad 40 produktów zapewniających codzienny komfort i higienę, dostępnych w 4 kategoriach: papierów toaletowych standardowych i nawilżanych, ręczników papierowych oraz chusteczek. Wyroby papierowe powstają w 100 procentach z najwyższej jakości bibułki celulozowej, pochodzącej z zasobów leśnych zarządzanych w sposób zrównoważony.

Papiery toaletowe Velvet – główna i najszerza kategoria – to produkty dostępne w wielu formatach i wariantach odpowiadających na różne potrzeby i preferencje konsumentów. Jest wśród nich ikona marki – 3-warstwowy papier 150 listków „Delikatnie biały” z tłoczonymi postaciami niedźwiadków oraz „Rumianek i Aloes” o łagodnym zapachu i kwiatowym nadruku. W ofercie dostępna jest także linia wysokiej jakości papierów 200-listkowych z eleganckim tłoczeniem, jak również propozycja dla najbardziej wymagających konsumentów: 4-warstwowy papier Velvet Excellence Premium Comfort z ekstraktem z protein jedwabiu. Największą innowacją w tej kategorii jest wydajny format papieru Velvet ecoROLL – rolki o podwójnej długości ze ściśle nawiniętą wstęgą bibułki 4=8. EcoROLL-ki przynoszą wiele ekologicznych korzyści: oszczędność miejsca w transporcie, niższą emisję zanieczyszczeń, mniejszą ilość odpadów oraz redukcję zużycia plastiku do produkcji opakowań.



Papier toaletowy to jednak nie tylko klasyczna wstęga papieru nawinięta na tekturową tulejkę – marka Velvet od ponad 12 lat rozwija i promuje na polskim rynku dynamicznie rosnącą kategorię papieru nawilżanego, w której pozostaje niekwestionowanym liderem brandowym. Nawilżany papier toaletowy stanowi połączenie specjalnie opracowanej formuły kosmetycznej oraz wytwarzanych z włókien celulozowych naturalnych listków, które można splukiwać w toalecie. Używany w połączeniu z papierem suchym zapewnia czystość, świeżość i uczucie pełnego komfortu po każdym skorzystaniu z toalety. Produkt dostępny jest w 4 wyjątkowych wariantach: klasyczny rumiankowy Camomile & Aloe Vera; Intima 2w1, stworzony z myślą o kobietach; hipoalergiczny Pure oraz Junior dla dzieci – do nauki higieny od najmłodszych lat.

Ręczniki papierowe Velvet to gama chłonnych i wytrzymałych produktów o różnej wielkości rolek i liczbie listków oraz wszechstronnym zastosowaniu, żeby zaspokoić rozmaite potrzeby konsumentów. Numerem „1” w tej kategorii produktowej jest ręcznik Velvet Turbo. To propozycja dla osób ceniących wyjątkową chłonność i wytrzymałość 3-warstwowego ręcznika, tak mocnego, że może też być używany na mokro. Dzięki formatowi GIGA rolki – bardzo wydajnej, bo zawierającej aż 340 listków – ręcznik Turbo wystarcza na bardzo długo. Wszystkie ręczniki papierowe Velvet posiadają atest PZH do kontaktu z żywnością, dzięki czemu są idealną pomocą podczas gotowania oraz sprzątania kuchni i całego domu. Miękkość i delikatność chusteczek higienicznych Velvet to zasługa najwyższej jakości bibułki celulozowej. Obok 4 rodzajów chusteczek pakowanych w folię (klasyczny Original, niestandardowy i kieszonkowy format Minis, z olejkami eterycznymi o zapachu eukaliptusa i mentolu oraz z balsamem), w ofercie Velvet jest również kilka rodzajów chusteczek pakowanych w kartoniki różnego kształtu i wielkości (tzw. uniwersalnych lub kosmetycznych): bezzapachowe, z balsamem w wersji bezzapachowej (ekstrakt z aloesu i nagietka) oraz zapachowej o kremowym zapachu, który

daje poczucie łagodnej pielęgnacji wrażliwej skóry okolic nosa. Niepowtarzalnie eleganckie wzory opakowań chusteczek od lat cieszą się powodzeniem wśród konsumentów.

Osiągnięcia

Velvet jest najbardziej rozpoznawalną marką na rynku papierowych wyrobów higienicznych w Polsce. Od wielu lat cieszy się niesłabnącym uznaniem użytkowników, czego dowodem są liczne wyróżnienia i prestiżowe tytuły, przyznawane poszczególnym kategoriom i produktom, w tym: Superbrands, Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów, Konsumentki Lider Jakości, Złoty Paragon – Nagroda Kupców Polskich, Złote Innowacje FMCG & Retail, Przebój FMCG, Hit Handlu, Super Produkt Świata Kobiety, Ulubiona Marka Polaków, Dobra Marka czy Eko Marka. W 2021 marka jako pierwsza wprowadziła na polski rynek ekologiczne i wydajne rozwiązanie w postaci 3-warstwowego papieru toaletowego Velvet ecoROLL 4=8 rolek. Proekologiczne starania zaowocowały nagrodą konsumentów za najlepszą premierę rynkową 2022 w kategorii produktów papierowych. Niewątpliwym osiągnięciem marki jest zbudowanie na polskim rynku kategorii nawilżanego papieru toaletowego, która – w połączeniu z klasycznym papierem toaletowym w rolce – wyznaczyła nowy standard higieny toaletowej. Kategoria ta rok do roku odnotowuje dynamiczne tempo wzrostu i na koniec 2022 roku przekroczyła wartość 130 milionów złotych. Marka może się także pochwalić silną pozycją w segmencie ręczników papierowych: Velvet Turbo to ręcznik kuchenny numer „1” w kategorii produktów markowych – bezkonkurencyjny pomocnik w codziennym sprzątaniu domu.

Promocja marki

Strategicznie istotnym tematem dla firmy Velvet CARE jest ekologia. W 2021 roku marka stworzyła nową platformę komu-



TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

Velvet CARE to największy i jeden z najnowocześniejszych zakładów papierniczych w Europie Środkowej. Fabryka w Kluczach koło Olkusza została założona w 1897 roku – jest najstarszym w Polsce, działającym nieprzerwanie od 125 lat zakładem przemysłu papierniczego, choć asortyment produkcji zmieniał się: w latach 60.-80. XX wieku wytwarzano tu m.in. wysokiej jakości papier wykorzystywany do produkcji książek, encyklopedii i zeszytów szkolnych.

Ponad 215 milionów

– tyle rolek papieru toaletowego Velvet zakupili w 2022 roku użytkownicy marki na polskim rynku.

nikacji wizerunkowej „Velvet. Działamy dziś z myślą o jutrze”, podkreślając zaangażowanie w odpowiedzialną i innowacyjną produkcję z troską o środowisko naturalne. W ramach kampanii firma zrealizowała liczne aktywności marketingowe: od działań promocyjnych w punktach sprzedaży (np. ECO loteria), przez silną kampanię telewizyjną i aktywności online, po działania oparte na eko-edukacji w mediach społecznościowych (profil Świat Velvet) oraz na stronie internetowej marki. Velvet aktywnie angażuje się także w edukację najmłodszych. Realizowany od 2021 roku ogólnopolski program CSR dla klas 1-3 szkół podstawowych „Velvet. Piątka dla Natury” ma uczyć dobrych nawyków ekologicznych i zachęcać dzieci oraz rodziców do działań na rzecz ochrony przyrody. Marka Velvet jest również partnerem ogólnopolskiego programu „Zdrowo i sportowo”, skierowanego do dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym, którego głównym celem jest propagowanie aktywności fizycznej oraz prawidłowych nawyków związanych z higieną osobistą. Bohaterem akcji jest niedźwiadek zwany Misiem Velvetusiem, będący również ikoną Velvet.

www.velvet.pl

HISTORIA MARKI

- 1897** Ludwik Mauve, właściciel majątku Klucze, rusza z budową fabryki papieru.
- 1997** „Miękki jak aksamit” – w 100. rocznicę istnienia papieru rozpoczyna się produkcja papieru toaletowego i chusteczek pod marką Velvet.
- 2002** Marka zdobywa pozycję niekwestionowanego lidera nie tylko w kategorii papierów toaletowych i chusteczek, ale również serwetek i (po raz pierwszy) ręczników papierowych.
- 2013** Powstaje spółka Velvet CARE z polskim kapitałem.

- 2014** Miękkość w najczystszej postaci – w sprzedaży pojawiają się produkty w nowej szacie graficznej z misiem polarnym, symbolizującym delikatność, czystość i miękkość.
- 2015** Oferta marki powiększa się m.in. o nawilżany papier, chusteczki higieniczne i papier toaletowy z balsamem.
- 2016** Na rynek trafiają ręczniki papierowe, innowacyjne formaty chusteczek higienicznych oraz nowe kształty chusteczek uniwersalnych.

- 2018** W fabryce w Kluczach rozpoczyna pracę nowa maszyna papiernicza – jedna z największych i najnowocześniejszych w Europie Śr.-Wsch.
- 2021** W kluczewskim zakładzie powstaje kolejna nowoczesna maszyna papiernicza – wydajna, szybka i przyjazna dla środowiska. Firma wprowadza Eco Agendę 2025 – mapę celów i ambicji uwzględniającą działania na rzecz zrównoważonego rozwoju.
- 2022** Marka celebrytuje 25. urodziny, a fabryka w Kluczach – jubileusz 125-lecia istnienia.