



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” nucone jest już od ponad dwóch dekad.



Kontekst rynkowy

Ponad ćwierć wieku – 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 ręczniki papierowe, chusteczki, szeroki wybór papierów toaletowych oraz innowacyjne na rynku papiery nawilżane. Firma Velvet CARE zawdzięcza swój 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 najnowocześniejszych maszyn papierniczych w Europie Środkowo-Wschodniej. Jednocześnie – odpowiadając na potrzeby współczesnego świata – marka przyjęła strategię zrównoważonego rozwoju i stworzyła Eco Agendę 2025 – mapę celów i ambicji związanych z ochroną środowiska. Składa się na nią: ochrona zasobów leśnych, recykling opakowań i surowców, oszczędne wykorzystanie wody w pro-

cesie 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 zrównoważony sposób, co jest przykładem działań zgodnych z ekofilozofią firmy i standardami ESG.

Osiągnięcia

Velvet jest najlepiej 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. 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 2023 roku jej wartość przekroczyła 163 miliony 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 sprzątanym domu na sucho i na mokro.

Promocja

Istotnym tematem dla firmy Velvet CARE jest ekologia. W 2021 roku marka stworzyła nową platformę komunikacji 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, przez silną kampanię telewizyjną i aktywności online, po działania oparte na ekoedukacji w mediach społecznościowych (profil „Świat Velvet”) oraz na stronie internetowej marki. Symbolem zaangażowania marki w działania proekologiczne jest znak „Save nature”, umieszczony na opakowaniach produktów Velvet.



Prośrodowiskowe działania marki Velvet dotyczą również sfery produktowej. Przykładem takich inicjatyw są tegoroczne zmiany w kategorii chusteczek kosmetycznych, promowane hasłem „Poznaj nowy wymiar jakości!”. Velvet, jako lider kategorii, za sprawą ulepszonej technologii produkcji wprowadza koncept NEW COMPACT BOX: nowe, niższe, bardziej poręczne i przyjazne dla środowiska opakowania, a TYLE SAMO jeszcze bardziej miękkih i jedwabistych chusteczek.

Wyjątkową akcją jest oryginalna i wyróżniająca się kampania w szeroko rozumianym digitalu „Velvet – w toalecie zawsze w duecie”, uruchomiona w 2023 roku. Jej

wiodący motyw to zielona, drewniana sławka z charakterystycznym „okienkiem” w kształcie serca. Akcja wpłynęła na wzrost świadomości obecności na rynku papieru nawilżanego, znajomości korzyści, jakie oferuje, oraz używania papieru suchego z nawilżanym w duecie. Kampania została nagrodzona w konkursie CMO Awards! w kategorii Commerce Master.

Ostatnie wydarzenia

Velvet Art to wyjątkowa nowa linia chusteczek w pudełkach, które dają konsumentowi coś więcej niż tylko najwyższą jakość produktu i piękne opakowanie. To unikatowy na polskim rynku koncept, wykorzystujący na opakowaniach obrazy polskiego artysty Pawła Kowalewskiego. Pełne emocji, sugestywne obrazy można teraz podziwiać na pudełkach chusteczek Velvet i mieć je u siebie w domu.

Velvet aktywnie angażuje się także w edukację najmłodszych. Realizowany od 2021 roku ogólnopolski program CSR dla klas 1-3 szkół podstawowych



TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

W 2023 roku firma Velvet CARE otrzymała certyfikację B Corp. Stała się tym samym pierwszą dużą europejską firmą w branży producentów bibułki, która osiągnęła ten status, potwierdzając swoje priorytety środowiskowe, społeczne i zaradcze związane z ładem korporacyjnym.

Ponad 4 miliardy

– tyle metrów papieru toaletowego Velvet kupili w 2023 roku użytkownicy marki na polskim rynku. To długość pozwalająca owinać kulę ziemską na wysokości równika 103 razy.



„Velvet. Piątka dla Natury” ma uczyć dobrych nawyków ekologicznych i zachęcać dzieci oraz rodziców do działań na rzecz ochrony przyrody. Z kolei ogólnopolski program „Zdrowo i sportowo”, którego bohaterem jest Miś Velvetuś, to akcja skierowana do dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym, której głównym celem jest propagowanie aktywności fizycznej oraz prawidłowych nawyków związanych z higieną osobistą.

www.velvetart.info

HISTORIA MARKI

- 1897** Ludwik Mauve, właściciel majątku Klucze, rusza z budową fabryki papieru.
- 1997** „Miękki jak aksamit” – w 100. rocznicę istnienia papieru w Kluczach 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 – marka Velvet pojawia się w udoskonalonej odsłonie. W sprzedaży pojawiają się produkty w nowej szacie graficznej z misiem polarnym,

symbolizującym delikatność, czystość i miękkość.

- 2015** W zakładzie w Kluczach ruszają nowe linie technologiczne: do produkcji wyrobów nawilżanych i chusteczek higienicznych. Oferta marki powiększa się m.in. o nawilżany papier, chusteczki higieniczne i papier toaletowy z balsamem.
- 2016** Dzięki inwestycjom w park maszynowy firma Velvet CARE zyskuje nowe możliwości produkcyjne i uruchamia trzy nowe linie technologiczne. Na rynek trafiają ręczniki papierowe, innowacyjne formaty chusteczek higienicznych oraz nowe kształty chusteczek uniwersalnych.
- 2017** Firma świętuje podwójny jubileusz: 20 lat marki Velvet oraz 120 lat fabryki w Kluczach.

- 2018** W fabryce w Kluczach rozpoczyna pracę nowa maszyna papiernicza – jedna z największych i najnowocześniejszych w Europie Środkowo-Wschodniej.
- 2021** W kluczewskim zakładzie powstaje kolejna nowoczesna maszyna papiernicza – wydajna, szybka i przyjazna dla środowiska. Firma wprowadza Eco Agendę 2025 – mapę celów i ambicji, uwzględniając cele zrównoważonego rozwoju.
- 2022** Marka celebrowa 25. urodziny, a fabryka w Kluczach – jubileusz 125-lecia istnienia.
- 2023** Nowa kampania marki Velvet: „Z troską o naturę, z korzyścią dla Ciebie”.