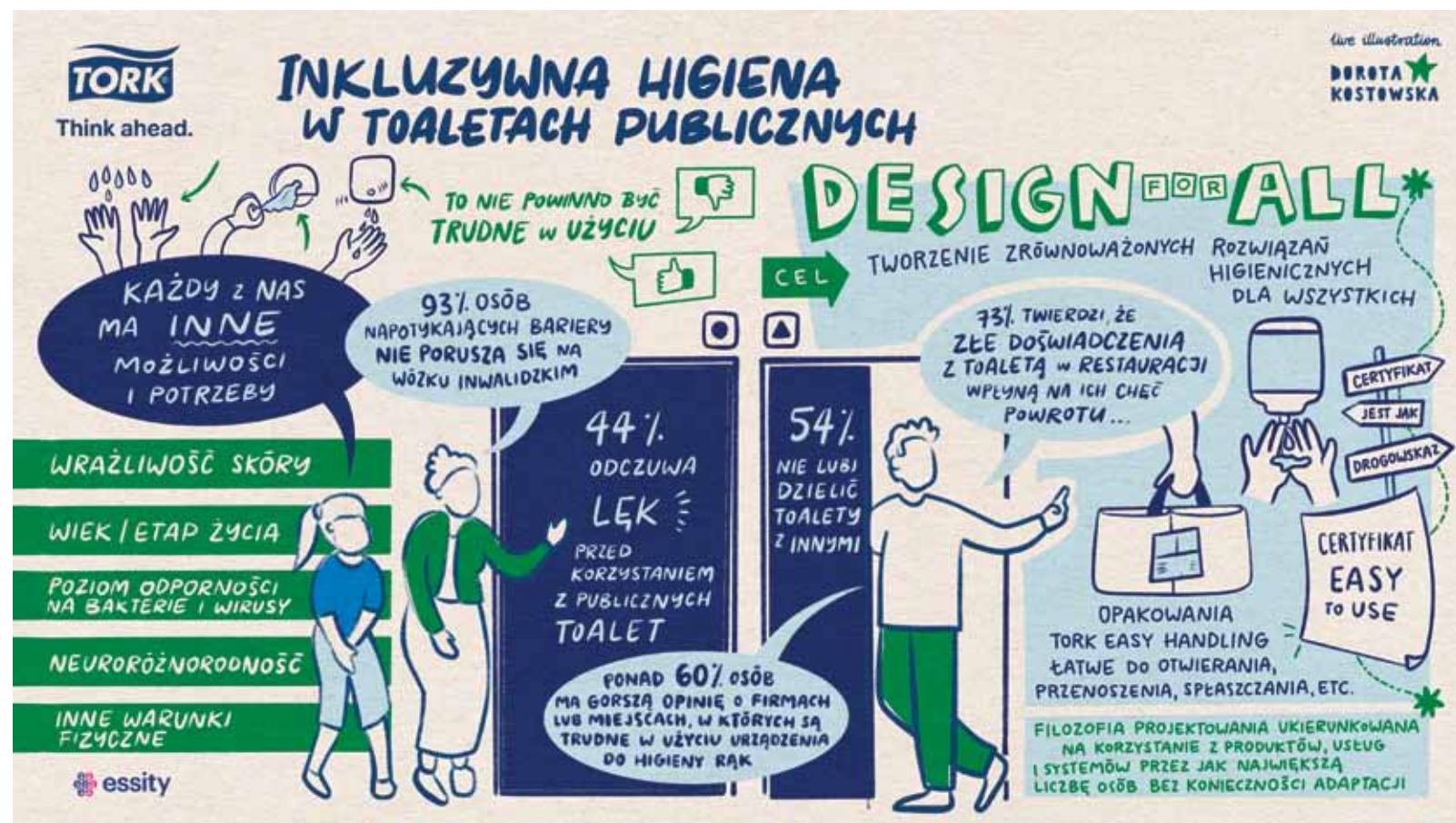




Tork, marka należąca do Essity, to światowy lider w dziedzinie profesjonalnej higieny. Łączy innowacje z odpowiedzialnością społeczną i środowiskową, oferując rozwiązania, które podnoszą standardy czystości i wspierają zrównoważony rozwój. Produkty marki są dostępne w ponad 110 krajach. Dzięki konsekwencji w działaniu i odpowiadaniu na potrzeby rynku, Tork stał się symbolem jakości i innowacji.



Kontekst rynkowy

Rynek profesjonalnej higieny dynamicznie się rozwija. Wraz z rosnącą świadomością konsumentów zmieniają się standardy sanitarne i wzrastają oczekiwania względem zrównoważonych rozwiązań. Tork działa globalnie, utrzymując wiodącą pozycję i odpowiadając na potrzeby klientów. Produkty marki można znaleźć wszędzie – od obiektów biurowych i placówek edukacyjnych, po szpitale i zakłady przemysłowe.

Oferta

Tork dostarcza kompleksowych rozwiązań w zakresie higieny, oferując systemy dozowania, ręczniki papierowe, środki do dezynfekcji, serwetki i wiele innych. Szczególne miejsce w ofercie marki zajmują innowacje, takie jak Tork PeakServe – przełomowy system dozowania ręczników, który zapewnia ich stałą dostępność, oraz Tork Vision Sprzątanie – inteligentna usługa oparta na danych, która



umożliwia optymalizację pracy zespołów sprzątających dzięki analizie potrzeb i rzeczywistego zużycia. Produkty marki umożliwiają klientom realizację celów zrównoważonego rozwoju – przykładem jest usługa recyklingu ręczników papierowych Tork PaperCircle oraz produkty wykonane w 100 procentach z recyklingu lub z wykorzystaniem surowców odnawialnych. Tork angażuje się także w działania na rzecz inkluzywnej higieny, rozumianej jako zapewnienie równego i wygodnego dostępu do higieny wszystkim osobom niezależnie od płci, wieku czy sprawności.

Osiągnięcia

W 2024 roku proces powstawania dozowników Tork otrzymał certyfikat zgodności z normą Design for All (EN 17161). To europejski standard określający zasady projektowania produktów i usług z myślą o dostępności dla jak najszerszego grona użytkowników. Koncepcja trafnie wpisuje się w strategię Tork, która ma na celu



eliminowanie barier i wdrażanie inkluzywnych rozwiązań w łazienkach. Dzięki uwzględnianiu zróżnicowanych potrzeb, tworzone przez ekspertów marki dozowniki mogą być z łatwością używane przez osoby o różnym stopniu sprawności fizycznej i na różnych etapach życia. Świetnym przykładem są dozowniki Tork PeakServe, które do obsługi wymagają minimalnej siły – bez trudu mogą korzystać z nich dzieci, co potwierdza certyfikat Easy-to-use przyznawany przez Szwedzkie Towarzystwo Reumatologiczne. W 2025 roku usługa Tork PaperCircle zdobyła nagrodę Sustainability Awards w kategorii Commercial Initiatives – za innowacyjność i wspieranie gospodarki o obiegu zamkniętym. To pierwsza na świecie usługa recyklingu zużytych ręczników papierowych, która pomaga firmom zmniejszyć ilość odpadów i emisję CO₂. Model działania Tork PaperCircle opiera się na prostych krokach: zużyte ręczniki papierowe są wyrzucane do specjalnie oznaczonych pojemników, opróżnianych następnie przez personel sprzątający. Odpady trafiają do lokalnej fabryki, gdzie są przetwarzane na nowe produkty papierowe. Całość tworzy zamknięty cykl, w którym odpad staje się zasobem. Zaletą rozwiązania jest jego funkcjonalność: można je łatwo połączyć z istniejącą infrastrukturą, a użytkownicy nie muszą zmieniać swoich

nawyków – wystarczą nowe pojemniki, oznaczenia i logistyka odbioru. Dzięki zastosowaniu Tork PaperCircle firma może zredukować środowiskowy ślad węglowy nawet o 40 procent w porównaniu z tradycyjnym sposobem utylizacji ręczników papierowych.

Promocja

Tork konsekwentnie buduje swoją komunikację wokół kluczowych wartości: higieny, innowacyjności i zrównoważonego rozwoju. Marka – poprzez dialog i współpracę – skutecznie tworzy odpowiedzialny biznes. Prowadzone przez nią kampanie edukacyjne pokazują, jak dbałość o higienę wpływa na zdrowie, komfort i efektywność pracy. Aktywność w mediach branżowych, na targach i konferencjach oraz wykorzystanie nowoczesnych kanałów komunikacji pozwalają jej skutecznie docierać do odbiorców i budować trwale relacje z partnerami. Jednym z przykładów niestandardowego podejścia do promocji było zastosowanie technologii HyperGram – przełomowego rozwiązania w dziedzinie reklamy wizualnej, łączącego interaktywność, trójwymiarowość oraz zaawansowaną grafikę. Kreacja stworzona w technologii HyperGram pozwoliła odbiorcom interaktywnie odkrywać cechy flagowych produktów Tork.

HISTORIA MARKI

1968 Powstaje marka Tork.

1987 W portfolio marki Tork jest już 500 produktów.

1992 Marka wprowadza ocenę cyklu życia (LCA).

1995 Tork zostaje liderem rynku w Europie.

2003 Powstaje system Tork Xpressnap®, zmniejszający zużycie serwetek aż o 25 procent.

2014 Tork rewolucjonizuje branżę, wprowadzając technologię sprzątania opartego na danych.

2017 Tork wprowadza PaperCircle®, pierwszą na świecie usługę recyklingu ręczników papierowych.

TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

Proces powstawania dozowników Tork jako pierwszy na świecie uzyskał certyfikat zgodności z normą Design for All.

600 018 kilogramów

– tyle zużytych ręczników papierowych zostało zebranych i poddanych recyklingowi w ramach usługi Tork PaperCircle w Polsce w 2024 roku.



Ostatnie wydarzenia

W czerwcu 2025 roku marka zorganizowała spotkanie ekspertów z różnych branż, poświęcone inkluzywności w toaletach o dużym natężeniu ruchu w miejscach takich jak centra handlowe, restauracje czy uczelnie. Podczas spotkania omówiono wyniki najnowszych badań oraz istniejące bariery, a także szukano rozwiązań i opracowano praktyczne rekomendacje, które pomogą firmom wdrażać zasady równości i dostępności w codziennym funkcjonowaniu.

tork.pl