

Ludwik liderem wśród płynów do zmywania

20 maja przypada Międzynarodowy Dzień Płynu do Mycia Naczyn. Przy tej okazji warto przyjrzeć się polskiemu rynkowi środków do zmywania, na którym od kilku lat obserwujemy dynamiczne zmiany. Pomimo szybko rosnącej popularności zmywarek, wartość sprzedaży środków do ręcznego mycia naczyń jest stabilna. Kategoria tych produktów pozostaje jedną z największych w branży chemii gospodarczej w Polsce. Liderem wśród płynów do zmywania jest wciąż polski Ludwik.

Mimo coraz większej popularności zmywarek, wartość rynku płynów do mycia naczyń utrzymuje się na stałym, wysokim poziomie. Rocznie Polacy wydają na nie ok. 400 mln złotych.

Niekwestionowanym liderem tego segmentu jest płyn Ludwik produkowany przez polską spółkę GRUPA INCO S.A. Choć od wielu lat zмага się on z silną konkurencją ze strony dużych międzynarodowych koncernów, to wciąż ma największe ok. 24,0 % udziały wartościowe w rynku płynów do zmywania (GRUPA INCO za Nielsen - Panel handlu Detalicznego, cała Polska, udziały wartościowe w kategorii Płyny do mycia naczyń, 2012). Jak potwierdzają dane za 2012 rok Ludwik jest numerem jeden w tej kategorii w Polsce (GRUPA INCO za Nielsen, Cała Polska bez Marek Własnych, Udziały Ilościowe, Wartościowe, Płyny do Mycia Naczyń 2012).

„Choć marka Ludwik cieszy się dużą sympatią Polaków musimy na bieżąco reagować na zmiany rynkowe, aby utrzymać pozycję lidera. Klienci cały czas poszukują nowych produktów, których formuły są coraz bardziej skuteczne. Zainteresowanie budzą np. receptury, w skład których wchodzi substancje z właściwościami ochronnymi dla skóry dłoni. Dlatego choć rynek środków do ręcznego mycia naczyń zdominowany jest przez płyny, istotne znaczenie ma podkategoria balsamów do zmywania. Konieczne jest więc m.in. stałe doskonalenie produktów oraz rozszerzanie oferty.” – mówi Wiktor Bartyzel, Dyrektor Sprzedaży i Marketingu, Dywizja Chemii Gospodarczej, Produktów Leczniczych i Kosmetyków, GRUPA INCO S.A.

Płyn do mycia naczyń Ludwik pojawił się na polskim rynku w 1964 roku i był pierwszym tego typu produktem w naszym kraju. Zapisał się w świadomości wielu m.in. dzięki odważnej jak na tamte czasy kampanii reklamowej „Ludwiku do rondla”. Hasło przełamywało ówczesne stereotypy zgodnie, z którymi zmywanie naczyń i prace domowe były wyłącznie domeną kobiet. Od tamtego czasu płyn jest niekwestionowanym liderem kategorii na polskim rynku. W międzyczasie zmieniały się m.in. opakowania Ludwika. Pojawiło się również kilkanaście odmian zapachowych płynu. Pod tą marką dostępne są także inne środki do czyszczenia naczyń: balsamy do zmywania oraz produkty do zmywarek, w tym najbardziej zaawansowane tabletki All in one Ultimate Power. W gamie Ludwika znajduje się obecnie również szereg detergentów do czyszczenia innych powierzchni np.: glazury, okien, podłóg oraz środki piorące.

„Możemy być dumni, że polski płyn Ludwik od lat stawia z powodzeniem czoła zagranicznym konkurentom w walce o klientów. Użytkownicy doceniają przede wszystkim jego jakość. Potwierdzają to badania rynkowe oraz kolejne wyróżnienia konsumenckie, które otrzymuje ten produkt.” – mówi Wiktor Bartyzel, Dyrektor Sprzedaży i Marketingu, Dywizja Chemii Gospodarczej, Produktów Leczniczych i Kosmetyków, GRUPA INCO S.A.

Wśród wielu nagród przyznanych płynowi w ostatnim czasie warto przytoczyć Złote Godło - Konsumencki Lider Jakości 2013 oraz Złote Godło w XIII edycji European Trusted Brands - Marka Godna Zaufania.

Więcej informacji udziela:

Marlena Krześniak

Made in PR

e-mail: m.krzesniak@madeinpr.pl

Tel/fax.(+48 22) 646 00 10

Opublikowano w [Chemia gospodarcza](#) | [Dodaj komentarz](#)

0 Komentarze

Dodaj komentarz

Nazwa

E-mail

Strona www

Wyślij komentarz