

JELP

KURIER

Numer 2 - maj 2004



**„JELP – HIT 2002”:
Rynek Chemiczny – czerwiec 2003**

Proszek do prania JELP firmy Danlind a/s zwyciężył w konkursie „Najlepsze dla dziecka”, organizowanym przez miesięcznik „Mamo to ja”. Do VI edycji konkursu przystąpiło 60 firm, zgłaszając 330 produktów. JELP okazał się bezkonkurencyjny w kategorii „Środki do prania”. Warto odnotować, że duński producent marki JELP sprzedaje z powodzeniem swoje produktyw Polsce od 1989 roku zarówno w sieci sklepów specjalistycznych, jak i hipermarketach. Firma obchodzi w 2003 roku 75-lecie istnienia.



**„JELP neutralny proszek do prania”:
Modna Gospodyni – grudzień 2003**

JELP pierze do czysta i doskonale się wyplukuje. Ma delikatny zapach, który nie powoduje podrażnień układu oddechowego. Instytut Matki i Dziecka w Warszawie w uznaniu wysokiej jakości proszku oraz wyjątkowej delikatności przyznał mu pozytywną opinię. JELP otrzymał PIERWSZE miejsce w kategorii proszków do prania z przeznaczeniem dla małych dzieci i noworodków przyznawane przez czytelników „Mamo to Ja” w rankingu HIT 2002.



**„JELP pierze naturalnie”:
Dziecko – luty 2004**

Proszek JELP otrzymał tytuł PRODUKT ROKU 2003 jako „najbardziej wskazany i najbezpieczniejszy produkt dla osób cierpiących na alergię” przyznany

przez Ośrodek Badań „Dziecko Alergiczne”. Od 15 lat JELP jest najczęściej wybieranym przez rodziców proszkiem do prania odzieży dziecięcej w Polsce.

też w opakowaniach: 600g i 2,4 kg z uchwytem. Produkt posiada pozytywną opinię Instytutu Matki i Dziecka. (PO)



Dziecko Alergiczne styczeń-luty 2004 Produkt Roku 2003



„Neutralne pranie”: Supermarket Polska – marzec 2004

Firma Danlind wypuściła na rynek proszek JELP w dużej torbie foliowej o pojemności 5,4 kg. Ma on bardzo subtelny zapach, który nie powoduje podrażnień zarówno skóry jak i dróg oddechowych. Proszki JELP dostępne są



**„Delikatne pranie”:
Detail Dzisiaj – marzec 2004**

Proszek JELP zalecany jest już od pierwszego dnia życia noworodka dla dzieci z alergią oraz osób cierpiących na astmę. Nie zawiera drażniących substancji, wybielaczy, sztucznych barwników oraz agresywnych środków zapachowych.



Gazeta Farmaceutyczna – marzec 2004

Duński proszek do prania JELP, który w Polsce jest na rynku już od 1989 roku, dostępny zresztą we wszystkich hipermarketach, okazał się „Produktem Roku 2003”. Okazuje się, że dzięki specjalnie opracowanej formule JELP spełnia najwyższe wymogi stawiane produktom dla alergików. Polecamy ten produkt do sprzedaży szczególnie w tych aptekach, które znalazły miejsce na sprzedaż środków higieny. (HB)



**„JELP w większej torbie”:
Wiadomości Handlowe – marzec 2004**

Proszek do prania JELP (zalecany od pierwszych dni życia noworodków, dla dzieci alergicznych oraz osób cierpiących na astmę) teraz oferowany jest w dużej torbie foliowej 5,4 kg z uchwytem w dwóch wersjach: do tkanin białych i kolorowych.

Posiadane certyfikaty, wyróżnienia i nagrody dla proszku JELP

Pozytywna Opinia Katedra i Klinika Dermatologii Akademii Medycznej w Poznaniu	1997
Pozytywna Opinia Instytutu Pediatri w Poznaniu	1998
Pozytywna Opinia Instytutu Matki i Dziecka w Warszawie	1999
Certyfikat Środowiskowy przyznany producentowi proszku JELP - za spełnianie norm ISO 14001	2000
Wysoka Ocena wydana przez Specjalistyczne Laboratorium Badawcze ITA Test w Warszawie	2000
Nagrodą HIT' 2002 Najlepsze dla Dziecka w rankingu czytelników MAMO TO JA w kategorii „środki do prania z przeznaczeniem dla niemowląt i małych dzieci”	2002
Nagroda PRODUKT ROKU 2003 „Najbezpieczniejszy i najbardziej wskazany produkt dla alergików” przyznana przez Kapitułę Ośrodka Badań „Dziecko Alergiczne”	2003



Rynek proszków

Aktualności z rynku i ranking proszków do prania

Sieć dystrybucji

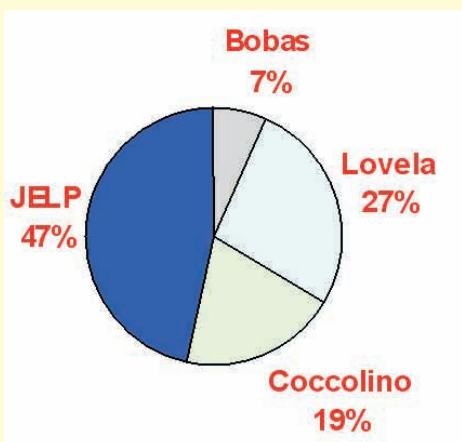
(liczba hurtowni firmowych i ich lokalizacja)

Dystrybucja proszku JELP odbywa się poprzez wszystkie kanały dystrybucyjne:

- hurt tradycyjny: największe hurtownie w Polsce, takie jak: Komplex Torus, Interchem, Tabox i inne oraz sieć Delko
- Modern Mass Market – sieci:
- Cash & Carry: Makro, Selgros
- hipermarkety: Geant, Tesco, Auchan, Carrefour, Real, Ahold, Leclerc,
- supermarkety: MiniMal, Intermarche, Polomarket

JELP dostępny jest również w sieci aptek EURO-APTEKA w całym kraju.

Na podstawie w/w badań wynika, że co drugi kilogram kupionego proszku do prania odzieży dziecięcej czy niemowlęcej to proszek JELP. Następnym „co drugi kilogram” to 5 pozostałych z w/w detergentów.



Jeśli rozważyć kanał Makro Cash&Carry jako Modern-Mass-Market, to wówczas głównym kanałem dystrybucyjnym staje się:

Hyper + Super + Makro = 32% + 15% + 14% = 61%

Kanał tradycyjny wówczas stanowi: 39%

Kategoria obejmuje 4 marki główne:

- JELP, - Lovela, - Cocolino, - Bobas

z pominięciem płatków Bambino oraz proszku Cypisek i Bebi, które stanowią po ok. 1% sprzedaży proszków dla dzieci.

Miejsce zakupu kategorii – gdzie i jak często kupują

Sprzedaż kategorii	Grupy Główne		
All distributional Channels:	100%	100%	
Hypermarkets:	32%	47%	
Supermarkets:	15%		
Large Grocery:	8%		
Small Grocery:	5%		
Cosmetic Shops:	16%	39%	
Multipurpose Shops:	10%		
Kiosks:	1%		
Makro C&C:	14%	14%	
	100%		

Kto i jak często używa – profil socio-demograficzny (płeć, wiek, wykształcenie, dochody, miejsce zamieszkania)

Matka małego niemowlaka kupuje średnio 2kg proszku JELP na miesiąc.

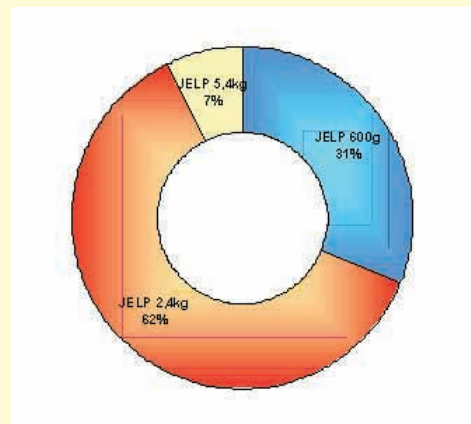
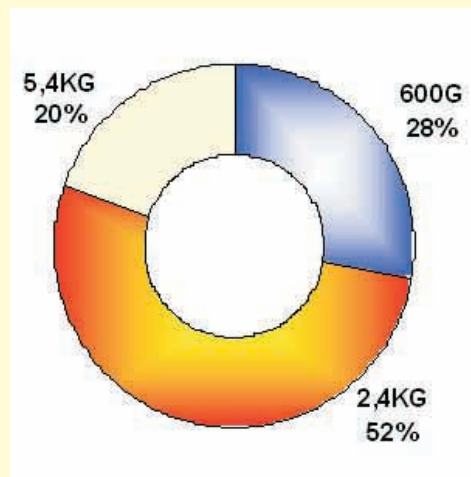
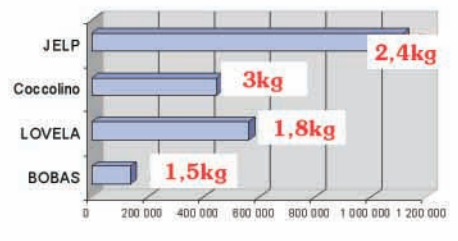
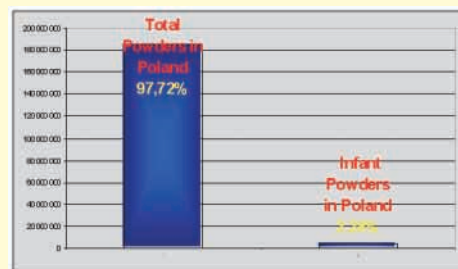
Jeśli jest dobrze usytuowana, pierze odzież całej rodziny, jeśli nie – tylko odzież i bieliznę swojego dziecka.

Matka dzieci powyżej 1 roku stosuje proszek JELP dla całej rodziny, ale jeśli jej budżet na to nie pozwala, stosuje 2 proszki: JELP dla dzieci, Persil, Ariel, Vizir – do prania odzieży pozostałych członków rodziny.

Mężczyźni i osoby starsze używają proszku JELP do prania tylko swojej odzieży, często do prania ręcznego. Kupują go regularnie, ale w niewielkich ilościach. Często jest to gramatura 600g.

Alergicy i osoby cierpiące na astmę, egzemę, łuszczycę i dermatozy – kupują proszek JELP regularnie przez wiele lat, celem zminimalizowania drażnienia skóry. Są to osoby, które starannie dobierają każdy produkt mający kontakt z ich skórą – zwracają uwagę na „hipoalergiczną recepturę” oraz akceptację Instytutu Matki i Dziecka. Takie informacje na produkcie są gwarantem wysokiej jakości, przeznaczonej dla najmniejszych dzieci. Stąd największe bezpieczeństwo zastosowania dla alergików.

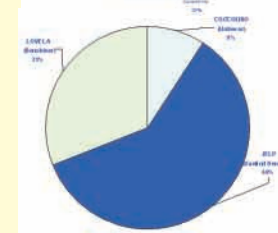
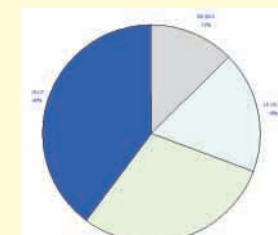
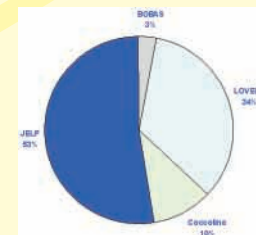
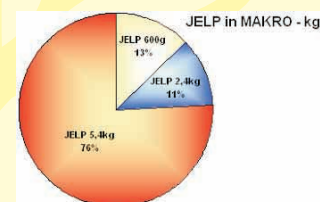
Są też osoby, które nie tolerują agresywnych środków zapachowych w detergentach uniwersalnych i te osoby, to również użytkownicy proszku JELP, który zawiera śladową ilość subtelny zapachu, uzgodnionego z Instytutem Matki i Dziecka.



Penetracja kategorii – jaki odsetek populacji deklaruje używanie danej kategorii produktowej

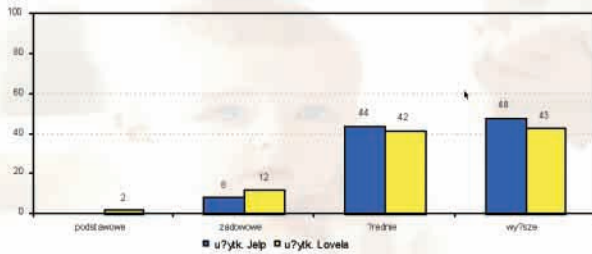
Według wyników badań rynku MEMRB przeprowadzonych w okresie wrzesień'2002 do sierpień'2003 w ujęciu ilościowym, w rynku całkowitym (wszystkie kanały dystrybucyjne) udział proszku JELP w sprzedaży wynosi 47%, natomiast pozostałe 53% stanowi: Lovela (27%), Cocolino (19%), Bobas 6,96% natomiast pozostałe 0,04% stanowi: Bambino i Cypisek. JELP zajmuje niekwestionowanego lidera w tym segmencie już od 15 lat. Matka zapytana o kryterium wyboru proszku JELP podaje przede wszystkim:

- „wysoka, niezawodna jakość”
- „pierze skutecznie”
- „nie powoduje alergii”



Charakterystyka respondentów

Wyksza_cenie



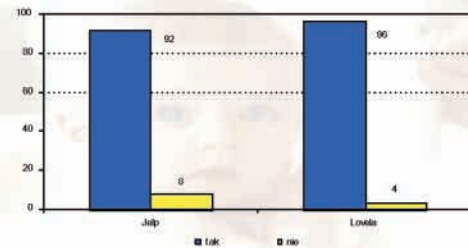
danInd

Ocena preferencji konsumentów przy wyborze specjalistycznych proszków do prania
Nu_ytJ=109, Nu_ytL=106, jednostka = %

KLE MANN
Fast Forward

Marki specjalistycznych _rodków pior_cych

Znajomo__spontaniczna i wspomagana specjalistycznych proszków



Marka Jelp pozostaje nadal nieznaną dla 8% przebadanych respondentów.

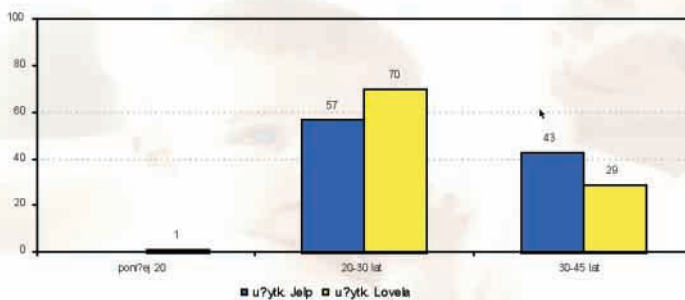
danInd

Ocena preferencji konsumentów przy wyborze specjalistycznych proszków do prania
odpowiedzi spontaniczne i wspomagane, Nu_ytJ=108, Nu_ytL=106, jednostka = %

KLE MANN
Fast Forward

Charakterystyka respondentów

Wiek respondentów



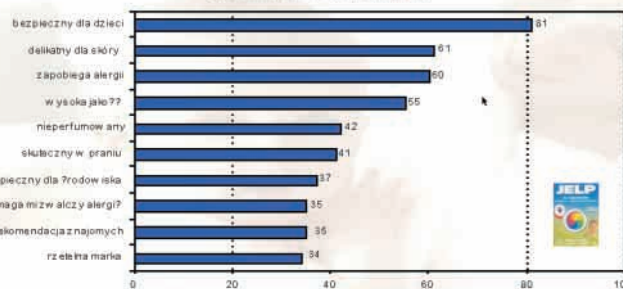
danInd

Ocena preferencji konsumentów przy wyborze specjalistycznych proszków do prania
Nu_ytJ=109, Nu_ytL=106, jednostka = %

KLE MANN
Fast Forward

Marki specjalistycznych _rodków pior_cych

Czynniki decyduj_ce o wyborze proszku - marka Jelp - spontanicznie i wspomaganie -



Bezpieczeństwo dla dzieci i delikatność dla skóry to czynniki najbardziej przekonujące do zakupu marki Jelp.

danInd

Ocena preferencji konsumentów przy wyborze specjalistycznych proszków do prania
mnożenie wielokrotnej odpowiedzi, Nu_ytJ=109, jednostka = %

KLE MANN
Fast Forward

Jelp w oczach dzieci



Izabela - lat 8



Basia - lat 8



Paulina - lat 8



Marta - lat 9

Listy od użytkowników proszków Jelp i opinie lekarzy

Opinie lekarzy o proszku JELP:

Lek. Med. Maciej Mańczak z Leszna: cudowny aromat, wymienity bukiet kolorów i odcieni opakowania, konsystencja zbyt monotonna – doradzałbym zmianę koloru na coś pistacjowego. Ogólna ocena bardzo dobra.

Lek. Med. Maciej Walczak – chirurg z Poznania: Proszek pierze dobrze, zarówno kolorowe rzeczy jak i białe. Nie wywołuje stanów zapalnych i podrażnień skóry. Ma świeży zapach. Ogólne opinie pozytywne.

Opinie specjalistów i rodziców o proszku JELP:

Anna Zaleska, redaktor naczelna "Mamo, to ja" (roczna córeczka Tosia) – Używałam innego proszku i już pogodziłam się z tym, że plamy po jedzeniu nieraz zostają na ubrankach. JELP mi udowodnił, że wcale nie musi tak być.

Agnieszka Tryc, czytelniczka "Mamo, to ja" (syn Dominik – 3 lata i Bartosz – 4 lata) – Dobrze spiera nawet plamy z soczków i zupek. Zachowuje kolory ubranek. Nie zawiera fosforanów i nie uczula. Małgorzata Ślifirczyk, pedagog (16-miesięczny synek Jasio) – Nie powoduje podrażnień. Niezwykle wydajny, skuteczny nawet przy usuwaniu silnych zabrudzeń.

Patrycja Chmielewska z Wrocławia (córka Justynka): Obydwa rodzaje Waszego proszku są niezastąpione i cieszę się, że mogę mieć spokojną głowę o to, że z ubrankami oraz moim dzieckiem nie dzieje się nic złego. Te pierwsze nie tracą kolorów, a córka nie ma żadnych objawów uczulenia na Wasz produkt. Ostatnio kobieta, która odkupowała ode mnie ubranka po mojej córeczce zapytała jak to możliwe, że wszystkie body i kaftaniki są takie czyste i nie poplamione? Odpowiedziałam, że jedynym proszkiem, w jakim były prane, jest proszek JELP, ponieważ moje dziecko jest alergikiem i nic innego

nie mogę używać. Była zaskoczona i stwierdziła, że na pewno go wypróbuję.



Justynka

JELP w Unii Europejskiej



"Zakup hipoaergicznego proszku jest dla matki górną optymalną inwestycją" – o rynku proszków w kontekście wejścia Polski do Unii Europejskiej opowiada Żaneta Geltz, JELP Marketing Coordinator, Danlind a/s

- Postęp cywilizacyjny powoduje, że z roku na rok rośnie liczba alergicznych dzieci oraz narasta liczba osób ze schorzeniami skóry oraz alergią kontaktową. Zwiększa się świadomość tego zjawiska wśród klientów, którzy coraz częściej wybierają produkt najwyższej jakości, np. proszek do prania JELP, właśnie ze szczególnym wskazaniem dla osób z wrażliwą lub chorobowo zmienioną skórą.

Ciekawym zjawiskiem są zmiany oczekiwań klientów odnośnie opakowań, które nastąpiły w przeciągu ostatnich sześciu lat. Zauważalny jest spadek zainteresowania opakowaniem 600 g na korzyść opakowań ekonomicznych w workach foliowych, a w szczególności - w naszym przypadku - gramaturą 5,4 kg z uchwytem, której wzrost sprzedaży w kilogramach nie tylko kompensuje, ale

przewyższa spadek sprzedaży gramatury 600 g.

Obserwowana jest również zmiana świadomości konsumentów w zakresie wyboru wariantów "do białego" i "do koloru". Około 5-6 lat temu udział wariantu "kolor" stanowił zaledwie 17-20 %, zaś w ostatnim roku JELP odnotował wzrost udziału tego wariantu aż do 43%! Na podstawie badań konsumentów możemy stwierdzić, że nasz klient nie zwraca szczególnej uwagi na poziom ceny. Matka dziecka lub alergika kieruje się dobrem swoich bliskich, chcąc zapewnić mniejszą liczbę wizyt u lekarzy specjalistów. Zakup hipoaergicznego proszku jest dla matki z górną optymalną inwestycją. Segment proszków "premium" dla dzieci będzie prawdopodobnie systematycznie wzrastać z dwóch powodów. Po pierwsze klasa średnia dopiero zaczyna się rozwijać w Polsce i co za tym idzie - również jej wymagania co do gatunku różnego rodzaju produktów. Jest to grupa, która staje się coraz bardziej wrażliwa na poziom jakości, a nie ceny. Wejście do Unii Europejskiej przyniesie wzrost płac osób, których wynagrodzenia na dzień dzisiejszy plasują się na poziomie ok. 2-3 tys. zł brutto. Jest to dodatkowy powód, dla którego produkty "premium" mają szansę zyskać dodatkową uwagę. Po drugie liczba alergików oraz osób ze schorzeniami skóry regularnie rośnie. Jest to spowodowane silnym zanieczyszczeniem środowiska oraz coraz większą ilością tanich produktów ze sztucznymi barwnikami i konserwantami w swoim

składzie. Coraz częściej również osoby w starszym wieku zmuszone są do poszukiwań lepszego detergentu, gdyż tanie proszki powodują u nich zmiany skórne, swędzenie oraz kaszel spowodowany silnymi środkami zapachowymi.

Powszechnie wiadomo, że przyrasta liczba hipermarketów i supermarketów, które stanowią gros sprzedaży środków czystości, więc rośnie również szansa na coraz to większą sprzedaż proszków do prania, a zwłaszcza dużych opakowań, które można dowieźć wózkami do auta bez specjalnego wysiłku. Jeśli chodzi o proszki "markowe" - nasz kraj obfituje bardzo dużą ilością proszków zarówno z półki "medium" jak i "premium". Naszym zdaniem raczej nastąpi redukcja marek niż ich wzrost w tych segmentach. Od 1989 r. jesteśmy świadkami wielu zmian, nie tylko na rynku proszków uniwersalnych, ale również dziecięcych. Firma Danlind produkująca proszek JELP oferuje na całym świecie również warianty detergentów w tabletkach, w kremie oraz w postaci proszków kompaktowych, ale jeszcze nie nadeszła pora na ich wdrażanie na polski rynek. Polska klientka zdecydowanie najczęściej wybiera tradycyjny proszek, rzadziej płyn do prania. Ostatnio coraz częściej uznanie zyskują również żele.

(Artykuł ukazał się 12.02.2004 w Supermarket News)

Kopenhaga jak magnes

"Kopenhaga to kwintesencja Danii", powiada zarówno większość jej mieszkańców, jak i ci, którzy ją odwiedzili. To w zasadzie prawda, ponieważ niewiele krajów tak jest uzależnionych od swojej stolicy jak Dania. Tu koncentruje się życie polityczne, gospodarcze i kulturalne tego państwa. Nic dziwnego, jeśli zważyć, że w samej tylko Kopenhagie mieszka ponad 9% ludności Królestwa Danii, tj. ok. 465 tys. osób. W sumie w stolicy i jej najbliższych okolicach żyje ponad jedna czwarta z 5,5 miliona Duńczyków. Kopenhaga jest największą aglomeracją północnej Europy i dysponuje największym potencjałem przemysłowym wśród krajów skandynawskich. Na kopenhaskim uniwersytecie pobiera nauki ok. 25 000 studentów, w tym wielu cudzoziemców, którzy stanowią prawie 8% mieszkańców stolicy. Jednak magnetyczna siła Kopenhagi, skupiającej na sobie największą uwagę, zaczyna natrafiać na konkurencję. Pozostałe rejony Danii stopniowo mobilizują się, by stawić czoło metropolii, a szczególnie aktywni w ostatnich latach stają się w tym względzie Jutowie. Mieszkańcy Jutlandii i Kopenhagi to główni konkurenci w tej próbie sił. Na prowincji, jak określa się wszystkie tereny nie należące do Kopenhagi, mieszkańcy stolicy nie cieszą się najlepszą opinią. Flegmatyczni mieszkańcy zachodniego wybrzeża uważają mieszkańców wielkiego miasta za powierzchownych, gadatliwych i nerwowych, dlatego cudzoziemcom trudno nieraz zrozumieć, że w tak małym kraju można napotkać tak duże różnice mentalności...

Historia Kopenhagi rozpoczęła się w XII wieku. Wtedy to, w miejscu małej osady rybackiej, położonej na drugiej co do wielkości wyspie kraju - Sjaelland (Zelandii) nad cieśniną Oresund naprzeciw Szwecji, wybudowano warowny zamek. Trzy wieki później (w 1443 r.) Kopenhaga stała się już stolicą Danii. Dziś, w przeciwieństwie do innych stolic europejskich, nie ma tu monumentalnej zabudowy ani drapaczy chmur. Miasto nadal urzeka niewielkimi kamieniczkami oraz dużą ilością parków i ogrodów. Najwspanialsze są z pewnością Ogrody Tivoli, na terenie których znajduje się jeden z największych w Europie lunaparków. Symbolem Kopenhagi jest Mała Syrenka - rzeźba z brązu przedstawiająca postać bohaterki jednej z baśni Hansa Christiana Andersena (bo to właśnie żył i tworzył ten genialny pisarz).

Najczęściej odwiedzanym miejscem stolicy Danii jest ciągnący się blisko 2 km Strøget, który w chwili powstania był najdłuższym w Europie deptakiem - dziś występują tu uliczni kuglarze, mimowie, magicy, muzycy i grajkowie, tworząc pełną życia niepowtarzalną atmosferę.

Na pewno warto też zobaczyć wielki kościół Frederikskirke, który budowano na wzór bazyliki św. Piotra w Rzymie, Pałac Rosenberg ze zbiorami klejnotów królewskich oraz port Nyhavn z szeregiem



kolorowych drewnianych domków. Kopenhagdzie udało się na ogół uniknąć wielkich budowlanych błędów z okresu powojennego, tak często spotykanych w innych państwach europejskich. Dawne i nowe domy uzupełniają się harmonijnie dzięki starannej rekonstrukcji starego miasta.

Najlepszym sposobem na zwiedzanie Kopenhagi jest spacer - miasto jest jedną z najczystszych i najbezpieczniejszych stolic Europy. Zabytki można również podziwiać z pokładu jednego z wielu statków turystycznych, które pływają po kopenhaskich kanałach.



Weseli rowerzyści

Duńcyzcy znani są ze swoich zdolności do dyskutowania i tworzenia kompromisu. Są bardzo tolerancyjni, popierali rozszerzenie Unii Europejskiej, lubią piwo, a ich sportem narodowym jest piłka nożna. Kochają też rowery, na których jeżdżą wszyscy i które są najważniejszym środkiem transportu. Dania to raj dla zwolenników monarchii - ten mały kraj jest chyba bardziej dumny ze swojej królowej niż Wielka Brytania. Nie zawiódł się też miłośnicy morza i wysp - nie ma tam punktu, który byłby oddalony od morza o więcej niż 60 km! Z Duńczykami nie można się nudzić. W Skandynawii nazywani są "Włóchami Północy": kiedy wracają z pracy (którą traktują śmiertelnie poważnie), zrzucają krawaty i idą się bawić. Jeżeli chcą odpocząć, odwiedzają znajomych, zapalają świeczki i przy szklance wina lub filiżance kawy rozkoszują się hygge (to nieprzetłumaczalne słowo oznacza "nastrój przytulności").

Ogólnie można powiedzieć, że Duńcyzcy są rozmowni. Szczególnie mieszkańcy Kopenhagi znani są ze swej chęci do pogaduszek - czasem nawet nadmiernej. Przy bliższym przyjrzeniu się niewiele pozostaje z obrazu zamkniętego w sobie, spokojnego mieszkańca północnej Europy... Duńcyzcy są też delikatni, inteligentni, wykształceni, a do tego zycyliwi. Odnoszą się przyjaźnie zarówno do obcokrajowców jak i do siebie nawzajem. Nawet nie rozumiejący trudnego języka duńskiego turyści zauważają np. podczas jazdy autobusem, że niektórzy pasażerowie rozmawiają ze sobą, nie znając się. Brak zaufania w codziennych kontaktach wydaje się w Danii mało rozpowszechniony, na ulicach nie widać smutnych ludzi. Być może właśnie dlatego w tym kraju osiedliło się już ok. 12 tys. Polaków. No bo przecież, jak może być smutno w królestwie, które ma najstarsze na świecie wesołe miasteczko Tivoli!



Nowość - Saszetka !!!



Sampling od chwili narodzin

Z wielką radością informujemy Państwa, że od marca tego roku rozpoczęliśmy akcję samplingową proszku JELP dla matek nowonarodzonych dzieci na oddziałach położniczych we wszystkich województwach w Polsce. Pomysł powstał na skutek udziału w licznych sympozjach lekarskich oraz konferencjach położniczych w ciągu ostatnich 3 lat. Środowisko medyczne przekonane jest, iż matka nowonarodzonego dziecka polega na radach lekarza czy położnej i jeśli produkt spełni jej oczekiwania jakościowe - pozostaje przy nim na długo nie chcąc eksperymentować z innymi produktami.

Podążając śladem porad dermatologów, pediatrów, alergologów, ginekologów oraz położnych w zakresie dotarcia z informacją o hipoaergicznym proszku JELP, zdecydowaliśmy o ogólnopolskiej dystrybucji proszku w jednorazowym opakowaniu (120g) oraz ulotki dla matek. Już w tym roku akcja JELP obejmie 200000 sztuk zestawów DZIDZIUŚ, które od wielu lat cieszą się uznaniem i zaufaniem młodych mam i personelu medycznego.



W trosce o Twoje dziecko...

Fotoreportaż z sympozjum w Krakowie

