

# TERMÉK MIX

TRADÍCIÓK ÉS TRENDEK AZ FMCG KERESKEDELEMBEN [ XXI. ÉVF. 2013. JÚNIUS-JÚLIUS ]

Gyümölcsös és ízletes?  
Mi sem egyszerűbb!



- ◆ Egyszerű és gyors elkészítés.
- ◆ Rövid főzési idő.
- ◆ Megőrzi a gyümölcs eredeti ízét és vitamintartalmát.



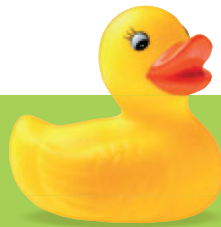
KORONÁS  
CUKOR®

[www.koronascukor.hu](http://www.koronascukor.hu)



**HORNOK ORSOLYA**  
ügyfélkapcsolati vezető

Nielsen



## Babaápoló termékek: Javult a törülőkendő piaci pozíciója

**A Nielsen által mért babaápoló termékek közül a pelenka stabilan harmadik helyen áll a 70 háztartási vegyiáru és kozmetikum éves forgalom szerinti rangsorában, a mosószer és a toalettpapír után.**

Pelenkából a kiskereskedelem éves bevétele 17 milliárd forint körül mozog. Érték szempontjából 4, mennyiségben 8 százalékkal kevesebbet adtak el a boltok 2012. május-2013. április között, mint egy évvel előtte. Pozitív, illetve stabil a trend a babatörölőkendőnél. Éves piaca meghaladja a 4 milliárd forintot. Kiskereskedelmi eladása értékben stabil, mennyiségben 1 százalékkal nőtt 2012. május-2013. április során, az előző hasonló időszakhoz viszonyítva. Babahintőporból a boltok éves bevétele közel 300 millió forint. Értéket tekintve mínusz 4, mennyiség szempontjából pedig mínusz 10 százalékat regisztráltunk, a legutóbbi kumulált évben. A babaolaj piaca évi 200 millió forint felett alakul. Itt is csökkenő trendet mutatnak az adatok: értékben 8, míg mennyiségben 7 százalékkal csökkent a kategória kiskereskedelmi forgalma. ●

**Babaápolási termékek – értékben mért - kiskereskedelmi forgalmából a bolttípusok részesedése, 2012. március-2013. február során. (%)**

Forrás: Nielsen

Szegmens	Pelenka	Babatörölő kendő	Babahintőpor	Babaolaj
2500 nm-nagyobb	40	38	20	33
401-2 500 nm	15	18	15	13
201-400 nm	1	2	4	2
51-200 nm	2	4	11	4
50 nm és kisebb	0	1	6	1
Drogéria	41	35	31	44
Patika	1	2	13	3

**PESSENLEHNER DÓRA**  
a Libero termékmenedzsere

SCA

A babaápolási kategóriába 2011-ben széles szortimenttel belépő Libero ma már nem csak az eldobható előke, alátét és melltartóbetéttel segíti az anyukák életét, hanem a prémium minőségű kozmetikumainkkal is. Az anyukák promóciós érzékenysége nő, intenzíven keresik az árkedéseket, kuponos és egyéb kedvezményeket, nyeremény lehetőségeket. A nedves törülőkendők piaca tehát továbbra is rendkívül ár érzékeny

piac, de a minőség szerepe elsődleges. Az anyukák nyitottak az újdonságra, igénylik az innovációt, sőt a divat is fontos tényező. Tavaly újabb kisereléseket vezettünk be a nedves törülőkendő piacán. A Libero 20 darabos utazó csomag és az arc és kéztörülőkendő praktikussága miatt jelentősen növekedést generált. Az eldobható alátét és melltartóbetét elsősorban a kényelmesség fontossága miatt szintén egy növekvő kategória. Bolti megjelenés szempontból a speciális másodkihelyezések segítik a kiegészítő termékek láthatóságát, amellyel extra forgalmat lehet elérni, példaként említhetem a függesztő csíkokat, gravitációs adagolókat, kampókat, például a Libero nedves törülőkendők kihelyezése gravitációs adagolóval a Libero pelenkák közelében jelentősen növeli a forgalmat. A nedves törülőkendő piacán a felhasználási területek is bővülnek. A popsi törülőkendő piacán a saját márkák jelentős piacrészt szakítanak ki a teljes piacból, így komoly fenyegetést jelentek a branded gyártókra. ●

**BOROS ANITA**  
PR Manager

Procter&Gamble

A babaápolási termékek vásárlásánál fontos szerepet játszik a döntésben a termék minősége, megbízhatósága. A szülők számára kiemelten fontos, hogy a termék szárazon tartsa a babák popsiját és ne ázzon át a használat során. Éppen ezért a Pampers Active Baby pelenkákat extra nedvszívó réteggel láttuk el és akár 12 órás védelmet nyújtanak a szivárgás ellen. A döntésben természetesen szerepet játszik az ár is, ezért a kategóriára jellemző a nagyobb, gazdaságos kiserelések vásárlása. A kategória vásárlói sűrűn cserélődnek, ezért is kiemelten fontos, hogy megfelelő marketing mix-szel juttassuk el termékújdonságainkat a vásárlókhoz. A TV és print megjelenéseken túl használjuk a digitális (közösségi média, weboldal) és az in-store lehetőségeket is displayek, másodlagos kihelyezések és POS anyagok formájában. A igényeknek megfelelően, az egyik fő trend a termékek nedvszívóképességéhez, illetve a babák popsijának szárazontartásához kapcsolódik, melynek eredményeképpen nemrégiben kerültek a boltokba a továbbfejlesztett, extra nedvszívó réteggel ellátott Pampers Active Baby pelenkák. ●

## SURVIVE ENVIRO Nonprofit Kft.

**DIÓFÁSI ORSOLYA**, környezetmenedzsment szaktanácsadó

Az 1989-ben alapított Északi Hattyú (Nordic Swan) a Skandináv országok – Norvégia, Svédország, Finnország, Izland és Dánia – közös környezetbarát termék jelzése, ami a magyar piacon is számos terméken megjelenik: papírárukon, baba termékeken (pelenka, fűdető, olaj, testápoló, hintőpor). Az Északi Hattyú öko címkével jelölt termékek a lehető legkisebb környezetterhelést okozzák és megfelelnek a legszigorúbb minőségi és egészségügyi követelményeknek is. A szappanok, samponok, krémek, olajok alapanyagainak biológiailag lebonthatóknak kell lenniük, nem lehetnek bioakkumulatívák, vagyis az élőlények szervezetében nem halmozódhatnak fel és a vízi élővilágra sem lehetnek károsak. Ezen kívül az Északi Hattyúval minősített, gyerekeknek szánt termékek illatanyag-mentesek, csomagolásuk súlya pedig minimális. ●

