

TERMÉK MIX

TRADÍCIÓK ÉS TRENDEK AZ FMCG KERESKEDELEMBEN [XXI. ÉVF. 2013. MÁJUS]

Új íz

a Tic Tac Univerzumában!





talmazó termékeket. A Gerovital Sun termékek nem tartalmazzák a napvédőkben gyakorta megtalálható oxibenzon fényvédő szert, amely a legújabb tanulmányok szerint felboríthatja a szervezet hormonháztartását, továbbá sejtváltozásokat és rákos megbetegedést okozhat. A Gerovital Sun napvédő termékek vízállóak, oxibenzon és parabénmentesek, és antioxidáns hatású bio gránátalma-kivonatot tartalmaznak. A flavonoidokban, gyümölcscukorban és ellagsavban gazdag gránátalma-kivonat nagy mennyiségű antioxidánst tartalmaz, amely erősíti a bőrszövetet és óvja a bőrt az idő előtti öregedéstől. A termékcsalád tagjai között megtalálhatóak a hagyományos 6, 15, 20, 30 és 50 faktoros fényvédők, a kifejezetten gyermekek számára ajánlott napvédő tej, valamint a különleges védelmet nyújtó, öregedésgátló napozókrém arcra. A sajátmárkák elterjedése az ismert kozmetikai márkák mellett a fogyasztói költség racionalizálása miatt egyre nagyobb teret nyer, de a fogyasztói bizalom mérlege továbbra is a kozmetikai márkák felé billen. A Farmec vállalat több üzletláncnak gyárt sajátmárkás termékeket. ●

KANYÓ ROLAND
marketing és PR menedzser

dm

A napozószerek terén mindig is nagy szerepet játszanak az újdonságok, ezért a dm üzleteiben minden évben április elején jelenik meg az új, nyári szezonra érvényes szortiment, melyet egy tudatos tervezés és beszállítókkal való egyeztetés, ajánlat bekérés előz meg. Minden évben van valamilyen újdonság, ami a legújabb trendeknek megfelelő igényeket igyekszik kielégíteni. Természetesen az is fontos, hogy az újdonságok mellett továbbra is elérhetőek legyenek a már jól bevált általános termékek mind a felnőttek, mind a gyermekek számára. A fogyasztói igények terén egyre többen keresik a szenzitív és a natur termékeket, ebben az évben is azt várjuk, hogy sok vásárló tudatosan keresi majd ezeket üzleteinkben. Az önbernítók eladása is több, mint 20 százalékkal nőtt az elmúlt évben. A napozás utáni szerek utáni kereslet is stabilnak mondható. Ebben a kategóriában a dm márka részaránya kiemelkedő mind polcfelületben, mind pedig értékesített mennyiségben, ez az előző évhez képest 2012-ben is további növekedést mutat. A saját márkák részaránya több, mint 60 százalékos. ●

„Amit veszel az leszel” Ismerjük meg az ökocímkéket

Környezetbarát terméket gyárt? Ezt kommunikálni is szeretné vásárlói felé? Szeretne új, bizonyítottan zöld termékeket kereső partnerekkel kapcsolatba kerülni?

Mindenki vásárol, de nem mindegy, hogy mit! Az ökocímke rendszert a vásárlók tájékoztatására alakították ki, olyan védjegyek, melyek a termékek környezeti tulajdonságairól adnak hiteles, megbízható információt. Mint azt *Diófási Orsolya*, a SURVIVE ENVIRO Környezetmenedzsment Tanácsadó Nonprofit Kft. ügyvezetője kifejtette: az üzletek polcain található termékeken leggyakrabban az alábbi ökocímkékkel találkozunk:

Az Európai Unió címkeje és más nemzeti ökocímkék, mint például Németország, a Skandináv államok, vagy Magyarország ökocímkéi, a termék minden tulajdonságát vizsgálják a teljes életciklus során. Ez azt jelenti, hogy a nyersanyagoktól kezdve az energia- és vízfelhasználáson, a károsanyag kibocsátáson, a hulladékkezelésen, a vegyianyag-felhasználáson át a termék újra feldolgozhatóságáig számba veszik, vizsgálják a termék környezeti hatásait. A címkét csak a piacon fellelhető legkörnyezetbarátabb termékek „viselhetik”, a független harmadik fél általi tanúsítási eljárás után. A címkéket a legkülönbözőbb termékeken, tisztítószereken, papírárun, bútorokon, fényforrásokon, szálláshelyeken és még sorolhatnánk... számtalan terméken megtaláljuk. Magyarország ökocímkéjét elsősorban a csomagolóanyagokról ismerik a vásárlók.

A védjegyhasználati jogra nyilvánosan, önkéntesen és folyamatosan lehet pályázni. Hazánkban az Európai Unió ökocímkéjét, az EU Margarétát és a magyar Környezetbarát Termék védjegyet lehet tanúsíttatni.

Az országok címkei mellett még számos ökocímkével találkozhatunk. Ezek közül fontos az alábbiak ismerete: Az FSC és PEFC jelölést, fából készült termékeken (bútorok, ceruzák) és papírból készült termékeken kell keresni (irodai papír, zsebkendő, WC papír, füzetek stb.). Mindkét címke azt tanúsítja, hogy a termék fenntartható erdőgazdálkodásból származó faanyagból készült. A cégeket környezettudatosságuk és társadalmi felelősségvállalásuk szerint is megítélik a fogyasztók, tehát a védjegyek megszerzésével és használatával, nem csak a környezettudatos vásárlást és fogyasztást propagálják, hanem a hozzáadott marketingértékkel a vásárlók megítélését is formálhatjuk pozitív irányban.

Következő számainkban folytatjuk a környezetbarát termék védjegyek bemutatását, addig is tájékozódjon, keresse az ökocímkéket és legyen környezettudatos gyártó, fogyasztó! ●

