



www.zewa.com

ZEWA – лидер рынка туалетной бумаги в России. По данным компании КОМКОН с 2003 по 2007 год знание торговой марки среди потребителей увеличилось более чем в два раза, с 40 до 93%, лояльность – в девять раз, с 5,2 до 49%! ZEWA – торговая марка Svenska Cellulosa Aktiebolaget (Шведская целлюлозная компания). SCA – третий в мире и первый в Европе крупнейший производитель гигиенической бумажной продукции и продукции для сегмента Away-From-Home. SCA – это 36 фабрик в 19 странах, 14,5 тыс. сотрудников. Продукция компании представлена в 70 странах, в 2006 г. ее продажи превысили €3,5 млрд. На российском рынке компания присутствует с 1995 г., число занятых на ее производствах – более тысячи человек.



Ценности бренда

Потребительская гигиеническая бумага – это туалетная бумага, бумажные полотенца, салфетки – для лица и столовые салфетки, а также носовые платки. Основной спрос потребителей в России приходится на туалетную бумагу, при этом 77,8% населения предпочитают однослойную. Если говорить о другой гигиенической продукции, к примеру, о бумажных полотенцах или носовых платках, то их пока покупают в десятки раз реже.

Первая туалетная бумага в России была выпущена в конце 60-х годов прошлого столетия. В 2007 г. на каждого жителя страны в среднем приходилось 1,5–2 кг туалетной бумаги. Для сравнения, в странах Восточной Европы этот показатель составляет 4–8 кг, Западной – 10–15, а в США доходит до 20 кг. Тем не менее, российский рынок динамично растет – примерно на

10% в год. И есть основания полагать, что такие темпы сохранятся и в ближайшей перспективе.

Под торговой маркой ZEWA выпускаются все категории гигиенической бумажной продукции. Этот бренд – лидер рынка туалетной бумаги, на него приходится 40% потребления туалетной бумаги в 23 городах России, включая Московский регион, он также признан самым динамично растущим в сегменте бумажных кухонных полотенец.

Инновации и продвижение

В последнее время структура потребительского рынка санитарно-гигиенических бумажных изделий претерпевает значительные изменения. Сегодня можно говорить о появлении в России нового типа покупателя, который заботится о своем комфорте и готов платить за качество, отождествляемое с сильным брендом. Так, в сегменте туалетной бумаги отмечается постепенное перераспределение потребительских предпочтений от однослойной к многослойной. В сегменте двух- (ZEWA PLUS), трех- (ZEWA DELUXE) и четырехслойной (ZEWA SOFT, ZEWA SENSITIVE)

продукции ежегодно наблюдается стабильный рост.

Хорошо понимая то, что туалетная бумага – важный предмет интерьера туалетных комнат, компания SCA постоянно разрабатывает новые виды продукции, добиваясь ее преимуществ над аналогичной на рынке. Причем относится это не только к высокому качеству бумаги – она мягкая, прочная, с четкой перфорацией и хорошими абсорбирующими свойствами, но и к разнообразию ее цветов – есть бумага белая, розовая, желтая, зеленая, голубая и оранжевая.

В 2005 г. впервые была выпущена ароматизированная туалетная бумага с запахом ромашки. Через год – с ароматом яблока. В 2007 г. к этой ароматической линии добавился запах апельсина.

Если говорить о другой бумажной продукции, то кухонные салфетки ZEWA – двух- и трехслойные, красочные, с оригинальным орнаментом – не только выполняют гигиенические функции, но и прекрасно дополняют сервировку праздничного стола.

Расширяя ассортимент, а это туалетная бумага, кухонные полотенца, носовые



Такая мягкая, что Вы можете доверить ей самое дорогое



платки, салфетки для лица и столовые салфетки, SCA проводит дифференцированную ценовую политику, стремясь сделать свою продукцию привлекательной для разных категорий потребителей. Отдают должное в компании и упаковке, которая делает товар максимально удобным для покупателей.

Основным каналом продвижения бренда является телевидение, так как ассортимент SCA – продукция массового спроса. В 1998 г. на центральных телеканалах появился первый ролик, рекламирующий туалетную бумагу ZEWA. «Мягкая, как перышко» санитарно-гигиеническая продукция пришла по душе нашим соотечественникам. Помимо телевизионной рекламы компания использует и другие способы продвижения своих товаров, такие как промо-акции, сэмплинг, PR и др., чтобы потребители смогли познакомиться со всем ассортиментным рядом, выпускаемым под маркой ZEWA.

Экономика и финансы

Международные эксперты считают предприятия SCA одними из наиболее экологически чистых и безопасных в мировой

целлюлозно-бумажной индустрии. SCA – одна из немногих компаний в мире, полностью отказавшаяся от использования экологически небезопасного хлора при производстве целлюлозы. А благодаря энергосберегающим технологиям существенно уменьшен расход нефти и природного газа.

Эти же стандарты выдерживаются и в России: в соответствии с единой экологической политикой компании все фабрики SCA должны отвечать экологическому законодательству стран, в которых они расположены, местным нормам и правилам. В нашей стране, как и везде, SCA применяет многоступенчатую систему очистки воды и воздуха, использует передовые технологии.

Дочерняя компания SCA – Hygiene Products Russia – создана в России в 1997 г. Спустя год она приобрела фабрику в городе Светогорске Ленинградской области. Ежегодно за счет модернизации оборудования и повышения производительности фабрика увеличивает объем производства. Причем делает это не в ущерб экологической безопасности – в реке Вуокса, на берегу которой расположена фабрика,

То, чего вы не знали о бренде

Название бренда – ZEWA – это аббревиатура от Zellstoffabrik Waldhof (Целлюлозная фабрика в Вальтхофе).

SCA – активный участник движения Greenpeace.

В 1997 г. разрешение на право заниматься коммерческой деятельностью в России компании SCA подписал Владимир Путин – в то время председатель Комитета по внешним связям мэрии Санкт-Петербурга.

SCA в России производит в месяц такое количество туалетной бумаги, что ею можно обернуть Землю 48 раз.

и сегодня обитают лосось, хариус, сиг, а эти рыбы живут только в чистой воде.

На сегодняшний день фабрика в Светогорске не способна полностью удовлетворить спрос российских потребителей на свою продукцию, поэтому SCA планирует расширить свое присутствие на российском рынке. Начато строительство новой линии по производству санитарно-гигиенической бумаги в городе Советске Тульской области, пуск первой очереди которой намечен на 2008 г. Расчетная мощность линии – около 30 тыс. тонн бумаги в год, в последующем планируется увеличить ее выпуск до 60–90 тыс. тонн. Только на начальном этапе SCA намерена инвестировать в это строительство около \$70 млн, а в ближайшие пять–семь лет инвестиции увеличатся в несколько раз. Каждая из трех очередей станет законченной технологической линией по выпуску готовой продукции.

По оценке независимых экспертов, сегодня SCA – лидер рынка туалетной бумаги России с годовым оборотом €250 млн. Цель компании – стать лидером российского рынка гигиенической бумаги в целом.

Достижения и перспективы

Региональные офисы и склады компании SCA – Hygiene Products Russia расположены на Дальнем Востоке и в Сибири, на Урале и в Центральной России, на Северо-Западе. Продукция торговой марки ZEWA представлена во всех ценовых сегментах – экономичный, стандартный и премиум.

Товары под маркой ZEWA неоднократно были отмечены различными наградами. Дважды – в 2004 и 2005 годах – они были удостоены «Золотой звезды» – награды Национальной торговой ассоциации в номинации «За укрепление лидирующих позиций на рынке».

1997
Появление ZEWA в России

1998
Приобретение фабрики в городе Светогорске Ленинградской области. Стартует первый рекламный ролик ZEWA, он же – первый в категории Tissue

2004
Продукция с брендом ZEWA получила звание «Товар года»

2005
ZEWA второй раз подряд становится лауреатом конкурса «Товар года». Выпущена первая ароматизированная туалетная бумага с запахом ромашки