

## PRODUKTOVÝ DESIGN/OBALOVÝ DESIGN

- O SPOLOČNOSTI SHP GROUP** SHP Group (Slovak Hygienic Paper Group) je nadnárodná spoločnosť združujúca skupinu výrobných a obchodných spoločností z oblasti celulózo-papierenského priemyslu. SHP Group zastrešuje 10 spoločností v 6 krajinách Európy s ročným obratom 220 mil. eur. V šiestich výrobných závodoch SHP Group sa ročne vyrobí 170 tisíc ton papiera. SHP Group je najväčším producentom hygienických papierov v strednej a juhovýchodnej Európe a je aktívnym členom European Tissue Symposium (ETS). Hodnoty našej skupiny SHP Group a to „Zodpovednosť“, „Ľudskosť“, „Orientácia na zákazníka“ a „Nadšenie pre výkon a inovácie“ sú srdcom našej firemnej kultúry, určujú identitu našej spoločnosti a pomáhajú nám správne sa rozhodovať. Predstavujú základné piliere pre dosahovanie našej stratégie. Hodnoty určujú identitu našej spoločnosti v očiach našich zákazníkov, spotrebiteľov a potenciálnych zamestnancov. Sú nástrojom pre udržanie a angažovanie zamestnancov a to zadenovaním a zjednotením prístupu v správaní nás všetkých.
- SHP HARMANEC** Papiereň v Harmanci vybudoval v roku 1829 banskobystrický kupec František Zikmund Leicht pôvodne ako fabriku na ručnú výrobu papiera. V polovici 19. storočia patrila k najmodernejším papierenským závodom v Rakúsko-Uhorsku. Na prelome 19. a 20. storočia sa tu začali vyrábať aj hygienické papierové výrobky. Najprv skladaný toaletný papier pod obchodnou značkou Hermandol, neskôr ručne rezané papierové obrúsky. Počas 2. svetovej vojny sa sortiment rozšíril o výrobu dámskych vložiek a detských plienok z buničitej vaty. Novodobá história papierne sa začala v roku 1972, kedy bol do prevádzky uvedený papierenský stroj na výrobu hygienických papierov a začala sa využívať nová surovina – zberový papier. Charakter modernej a dynamicky sa rozvíjajúcej firmy si papiereň zachovala dodnes. Ročne investuje do rozvoja technológií a modernizácie procesov okolo 6 mil. EUR. V roku 2002 sa Harmanecké papierne premenovali na SHP Harmanec a stali sa súčasťou skupiny výrobných a obchodných spoločností, ktorých predmetom činnosti je výroba a distribúcia hygienických papierových produktov pod spoločným názvom SHP Group. Viac na <https://www.tvojeharmony.sk/o-nas/shp-group/>
- PRODUKT HARMASAN** Kompletne informácie, vrátane histórie toaletného papiera Harmasan nájdete na webe <https://www.harmasan.sk>

## ZADANIE NA REDIZAJN HARMASAN

- V portfóliu SHP Harmanec sa nachádza tradičná značka toaletného papiera Harmasan, ktorý ako značka existuje už od roku 1972
- Znalosť značky na Slovensku je veľmi vysoká a spomedzi produktov SHP Harmanec najvyššia
- Ide o výrobky z recyklovaného materiálu s momentálnym cieľom čisto na economy segment, tzn. nižšiu vrstvu, typickým používateľom produktu Harmasan sú ľudia žijúci mimo mesta na dedinách, v strednom až vyššom veku, prípadne dôchodcovia
- Výzva je nasledovná
  - Ako obal línie Harmasan zmeniť tak, aby sme po predajnej stránke využili jeho “nature-friendly” podstatu a skúsili ho posunúť v segmentácii nahor do mainstreamu
  - Do úvahy pripadá aj zmena celého brandu / mena produktu
  - Ako pracovať s témou recyklovaného produktu, keď vieme, že zákazníci momentálne síce nemajú nič proti recyklu, ale radšej o tom, že výrobky sú z recyklovaného papiera, nechcú vedieť
  - Ako uchopiť tému aj do zvyšku portfólia, napríklad do kuchynských utierok (každá produktová rada SHP Harmanec má viacero produktov ako záchodový papier, kuchynské utierky, servítky a podobne)

## OČAKÁVANÝ VÝSTUP

Návrh redizajnu (v prípade skvelého nápadu aj zmena mena) toaletného papiera Harmasan, s prihliadnutím na vyššie uvedené informácie o znalosti značky medzi ľuďmi, postavení na trhu, aktuálnej spotrebiteľskej skupine a ambícii posunúť produkt “vyššie” do mainstreamu.

Súčasťou redizajnu by mala byť aj idea “za” dizajnom, teda zdôvodnenie, prečo bola daná dizajnová cesta zvolená, ako sa s ňou dá pracovať a aký je jej “príbeh”.