

Bio Cleaning

EL FUTURO ES LIMPIO

UNA REVISIÓN A NUESTRA SELECCIÓN

de los lanzamientos más innovadores

Una iniciativa de



LANZAMIENTOS INNOVADORES

Y Limpiador Reciclado

Cycle All-Purpose Cleaner se describe como el primer limpiador reciclado del mundo, ya que esta hecho en un 90% de ingredientes reciclados, así como aceites esenciales de lavanda y menta.



Y Lidl lanza pastillas de recarga

W5 Cleaning & Shine Refill Tabs for Kitchen Cleaner. Lidl ha lanzado pastillas de recarga para su gama de productos de limpieza para el hogar.



Y Toallitas limpiadoras pro-bióticas

Cycle All-Purpose Cleaner se describe como el primer limpiador reciclado del mundo, ya que esta hecho en un 90% de ingredientes reciclados, así como aceites esenciales de lavanda y menta.



OTROS LANZAMIENTOS INNOVADORES

Y Mascarilla y desinfectante de superficies

Lubrex Sanitizing Alcohol Solution for Face Masks and Other Surfaces contiene un 70% de alcohol y ha sido formulada para limpiar tapabocas, pantallas, vasos y otros utensilios.



Fuente:



**Bi
Cleaning**
EL FUTURO ES LIMPIO

Fuente:



**Bi
Cleaning**
EL FUTURO ES LIMPIO

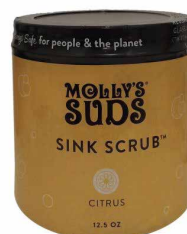
Vuelve a llenar una botella de vidrio

Neat. Grapefruit & Ylang Ylang Multi-Surface Cleaner Concentrated presenta un repuesto en un paquete de vidrio sin plástico y su fórmula concentrada reduce la necesidad de enviar el contenido con agua a todo el mundo.



Ahorra tiempo fregando/Ahorra tiempo con esta mezcla de fregadero

Molly's Suds Citrus Sink Scrub es una mezcla de fregadero para las personas que no tienen tiempo para hacer su propia mezcla de fregadero casera.



OPORTUNIDADES DE INNOVACIÓN EN LA LIMPIEZA DE SUPERFICIES DURAS

Richard Hopping, experto senior en analistas de marcas y hogares de Mintel, destaca tres áreas de oportunidad para la innovación en el cuidado de superficies duras:

Construye una oferta de recargas/repuestos

Todavía hay áreas sin explotar para que las marcas de recargas estudien a fondo, como el impacto en el consumo de energía y agua, pero no se pueden confiar solo en los aspectos ambientales de sus productos, ya que, los consumidores seguirán exigiendo valor y, a medida que la competencia crezca, factores como la conveniencia y la personalización serán más importantes.

Fuente:



Fuente:





Aproveche la curiosidad de los consumidores sobre los limpiadores

Los consumidores están más comprometidos que nunca con los productos de limpieza y las marcas están en una posición sólida para educar a los consumidores. A medida que la atención sobre la pandemia disminuye, las marcas pueden utilizar sus nuevas estrategias de comunicación para ampliar su enfoque a otros aspectos, como la seguridad de los ingredientes, y crear historias de origen más atractivas.

Conozcan, entiendan y conéctense con el nuevo ambiente hogareño.

Los consumidores han invertido tiempo, dinero y emociones en sus hogares, por ello, las marcas de limpieza jugarán un papel crucial para mantenerlos en un lugar feliz.

Las empresas tienen la oportunidad de ofrecer productos con un enfoque más reparador a las superficies del hogar y ayudar a agregar un atractivo estético para adaptarse a la forma en que las personas sienten sus espacios personales.



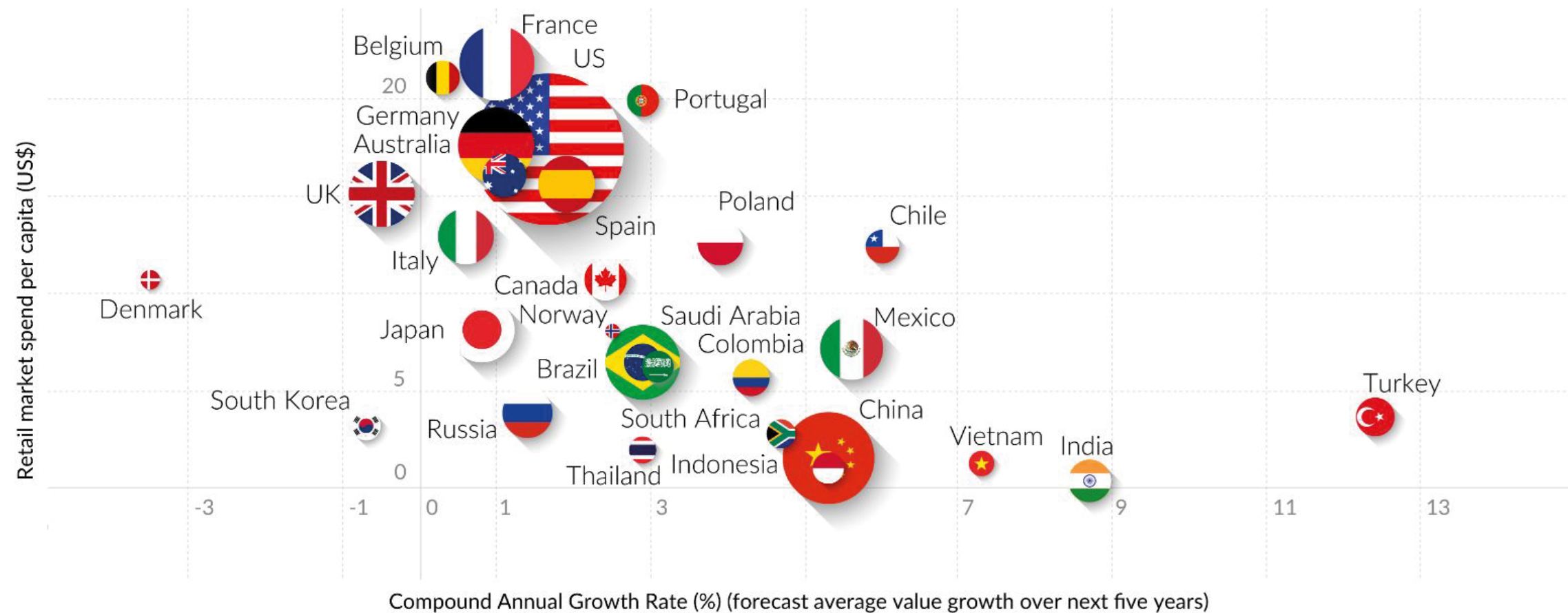
Fuente:



Fuente:



DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MERCADO MINORISTA MUNDIAL: LIMPIADORES DOMÉSTICOS, 2021



Europa y América del Norte tienen el gasto per cápita más alto, aunque se prevé un crecimiento del valor marginal. Los mercados de crecimiento clave incluyen **Turquía, India y China**.

Base: el tamaño de la burbuja se basa en el valor de mercado (estimación en USD 2021); CAGR se basa en el valor de crecimiento del mercado pronosticado durante los próximos cinco años en moneda local.

Fuente:

Mintel

Fuente:  Adaptación de: DISAN

Bi Y Cleaning

EL FUTURO ES LIMPIO

Una iniciativa de

