

Trzy Złote Laury Konsumenta 2010 oraz Laur Konsumenta – Odkrycie Roku 2010, to bilans nagród przyznanych marce Mola w prestiżowym plebiscycie organizowanym przez dodatek do Rzeczpospolitej – Rzecz o biznesie.

Laur Klienta i Konsumenta to największy w Polsce sondaż konsumencki przeprowadzony na zlecenie wydawcy Rzeczy o Biznesie – dodatku do dziennika Rzeczpospolita. Celem sondażu jest zbadanie poziomu powszechnej znajomości i popularności marek, produktów i usług dostępnych na polskim rynku. Badanie wykazało, że mimo dużej konkurencji w swoich kategoriach, produkty marki Mola cieszą się ogromną popularnością i zaufaniem konsumentów.

Konsumenci przyznali marce Mola Złote Laury Konsumenta w trzech kategoriach: chusteczki higieniczne, ręczniki papierowe i papier toaletowy. Jednak to nie koniec nagród dla Moli. Laurem Konsumenta – Odkrycie Roku 2010 uhonorowany został ręcznik papierowy Mola Giant XL.

Docenione przez konsumentów w kategorii Odkrycie Roku 2010 ręczniki papierowe Mola Giant XL to dwie wyjątkowo wytrzymałe i chłonne warstwy bibułki z wygniataniem w kwiatki. Są to wykonane w 100%z celulozy ręczniki, których jedna rolka równa jest 6 standardowym rolkom ręczników papierowych. Niebawem Metsä Tissue planuje również wprowadzenie nowości w tej kategorii produktów - opakowania zawierającego jedną rolkę ręcznika Mola Giant XXL.

Trzy złote Laury Konsumenta dla marki Mola oraz Laur Odkrycie Roku za nowość – ręczniki Mola Giant XL to cenny dowód uznania ze strony naszych konsumentów – mówi Robert Wieczorek, dyrektor marketingu CEE Metsä Tissue – Wyróżnienia te są dla nas zapewnieniem, że konsumenci doceniają nie tylko znane już produkty, ale również nowości Metsä Tissue i sposób wprowadzenia ich na rynek.

Metsä Tissue