

Dystrybutor produktów kosmetyczno-chemicznych Delko S.A. dynamicznie rozwija markę własną. W tym roku planowane jest zarówno wprowadzenie nowych produktów, jak i odnowa szaty graficznej dla produktów pod nazwą „Blue”.

Obecnie Delko S.A posiada w swojej ofercie ok. 250 indeksów. W 2010 roku marka własna Delko została poszerzona o kilkanaście produktów m.in; worki na śmieci 160l, żelowe odświeżacze powietrza czy ręczniki kuchenne.

Według panujących na rynku trendów, rozwój marek własnych w Polsce ma ogromny potencjał – mówi Lidia Sieredzka, Manager ds. Marki Delko. - Właśnie ten obszar działalności firmy jest dla nas niezwykle istotny. Chcemy aby nasze produkty idealnie spełniały oczekiwania klienta, dlatego charakteryzują się one zarówno atrakcyjną ceną jak i wysoką jakością.

Marki własne dystrybutora dostępne są głównie w placówkach handlu tradycyjnego. Niezwykle istotny jest fakt, że w 95 proc. ich produkcją zajmują się renomowane polskie firmy. Historia marki własnej Delko sięga 1999 roku, kiedy to pojawiły się pierwsze produkty pod nazwą „Filip”.

Delko S.A posiada produkty marki własnej w następujących kategoriach:

- Filip: środki myjące, piorące i czyszczące
- Filip Fresh: odświeżacze powietrza oraz środki do WC
- Blue: podstawowe produkty kosmetyczne , pielęgnacja ciała i włosów
- Oskar: opakowania , zmywaki, ścierki - czyli podstawowe produkty niezbędne w każdym gospodarstwie domowym
- Teak: środki do pielęgnacji mebli i drewna
- Delikato: produkty higieniczne jak płatki kosmetyczne, wata , ręcznik kuchenny celulozowy, chusteczki higieniczne, papier toaletowy
- Tytus: produkty wyżej pozycjonowane w kategorii płynów do naczyń i środków do WC
- Delko Porfessional: środki czyszczące i myjące w większych opakowaniach przeznaczona do zakładów pracy , firm sprzątających
- Tanius: najniższa półka cenowa w kategorii środków myjących i czyszczących

Delko