

Un repaso por la historia y publicidad de lejías Henkel

125 aniversario de la lejía en España

La lejía cumple 125 años en España consolidándose como el método más eficaz para la limpieza y desinfección del hogar: 8,5 de cada 10 familias de nuestro país confían en sus propiedades. Su alta efectividad y precio asequible la convierten en un producto imprescindible en más de 14 millones de hogares españoles. La primera lejía comercializada en España pertenece a Henkel, líder histórico en el mercado con las marcas Conejo, Estrella y Neutrex.

Desde su irrupción en la vida cotidiana de los españoles, con la aparición de la primera botella de lejía Conejo en 1889, la lejía se ha convertido en un producto indispensable en los hogares de nuestro país tanto por sus cualidades únicas como su bajo coste.

En España se consumen 9,2 botellas por hogar al año, dedicadas a la limpieza y desinfección de baños, cocinas y otras superficies y también para aportar blancura a la ropa.

Historia de Lejía Conejo

Lejía Conejo lleva presente en los hogares españoles 125 años y se ha convertido en la marca de referencia para el consumidor. Fue la primera lejía comercializada en España, comercializada por Salvador Casamitjana a partir de 1889, se incorporó a la empresa Henkel en 1985.

Su nombre siempre ha ido unido al dibujo del conejo del logo puesto que cuando se empezó a comercializar, a finales del siglo XIX, aún había gente analfabeta y gracias al dibujo diferenciador y que todo el mundo sabía identificarlo con el animal que representa fue la manera de que conocieran el nombre del producto.

La imagen del Conejo fue creada por Apelles Mestres, verdadero genio de su época, y de esos conejos antropomórficos que lavaban su ropa en un barreño se ha pasado a conejo más realista y vital.

En 1967 se decide terminar con la tradicional botella de vidrio que era retornable para pasar a una botella de plástico, más cómoda y manejable, a su vez el tapón de corcho es sustituido por uno de plástico.

La marca es un claro ejemplo de las técnicas de marketing y publicidad de la época ya que se realizaron numerosos folletos explicativos para el mejor conocimiento y uso de la lejía, regalos conmemorativos, etc. Fue la primera marca de lejía en anunciarse en televisión a partir de 1978, sus primeros spots utilizaban la figura prescriptora de un comerciante profesional que conoce y valora la calidad de los productos que vende.

Conejo ha sido líder histórico en el segmento de lejías universales desde sus inicios hasta la actualidad. Ofrece máxima desinfección garantizada contra virus, hongos y bacterias. Además, dispone del certificado como apta para la desinfección de agua de bebida, frutas y verduras.

Evolución del envase:



1902



1967



Década de los 70



Década de los 80-90



2014

Publicidad:



Varios anuncios en prensa en blanco y negro y color



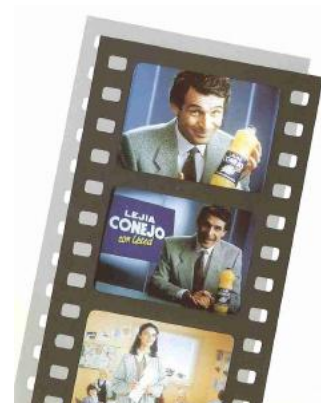
Gráficas de publicidad principios s. XX



Cartel explicativo para el uso de lejía en la colada



Anuncios en televisión década 80-90



Historia de Neutrex

Neutrex, la marca líder de lejías para la ropa de Henkel Ibérica, entra en el mercado español en 1972 con la primera lejía “blanca”, especial para la ropa. La primera lejía con fibroprotectores que, a diferencia del resto de lejías, evita que los tejidos se amarillean o incluso se dañen. Neutrex es líder en blancura con presencia en casi 5 millones de hogares.

En 1992 Neutrex lanza Frescor Verde, la lejía perfumada que añade un agradable perfume floral a la lejía tradicional de Neutrex.

Nace en el año 2000 Neutrex Futura, la primera lejía densa con fórmula densoactiva que reduce el riesgo de salpicadura de la lejía tradicional.

En 2007 se lanza Neutrex Suave, la primera lejía densa con fórmula suave para que puedas usarla en ropa delicada.

En los anuncios de publicidad de los años 90 se transmitía la idea de “blancura sin rotura” en diferentes circunstancias cotidianas por ejemplo en una farmacia o en un avión, donde la dependienta o la azafata respectivamente al subir el brazo se le desgarraba la blusa blanca. Posteriormente, Neutrex ha utilizado en sus anuncios de televisión a la mujer del futuro que es una de las figuras más recordadas de la publicidad (el 80% de los consumidores conocen la marca y su icono).

Evolución del envase:



1972



1992



2000



2003



2007



2014

Publicidad:



Historia de Estrella

Estrella fue la primera lejía limpiadora del mercado en 1984, desinfección y limpieza sin huella. Tras analizar el comportamiento de los usuarios en sus casas se detectó que muchas personas a la hora de limpiar mezclaban dos productos: lejía y detergente para garantizar limpieza y desinfección. Por tanto Henkel decidió lanzar un producto 2en1 que incorporara lejía y detergente en la dosis justa para facilitar la vida a los consumidores. Se ha testado su eficacia en laboratorios independientes.

En 1990 lanzó su primera variedad perfumada, Estrella Pino. A la que siguió Estrella Limón en el año 1997.

En 2003, Estrella relanza la marca con su actual fórmula Densa, que se adhiere mejor y elimina la suciedad más difícil, consiguiendo superarse en los beneficios más valorados en un limpiador por parte del consumidor: poder de limpieza, desinfección, poder antigrasa y brillo.

En 2004 coincidiendo con la celebración del 20 aniversario de la marca se lanza Estrella Jabón Natural.

Su claim utilizado en los envases durante muchos años ha sido "Estrella no deja ni huella" y por eso los primeros anuncios en televisión mostraban a un matrimonio bailando en la cocina y de repente dejaban todo lleno de huellas, mientras que tras fregar con Estrella esto no ocurría, se hacía la comparación del antes y el después.

Estrella ha sido siempre líder absoluto en el mercado de las lejías limpiadoras siendo el número 1 en ventas en España.



Evolución envase y etiquetas década 80-90



1997



2004



2014

Publicidad:



Promoción 125 años: las lejías Henkel regalan 125€ cada día

Henkel celebra su 125 aniversario premiando a los que lo han hecho posible: los consumidores y recordando la importancia de la lejía en nuestras vidas. Durante todo el mes de octubre (del 1 al 30 de octubre) las marcas de lejía de Henkel sortearan 125 euros cada día y también 10 bolsas de tela vintage.

Cómo participar, es muy fácil y rápido:

1. Entra en www.tucasaclub.com/125aniversariolejias/promociones
2. Si estás registrado en la web debes introducir tus datos de acceso y sino rellenar el formulario de contacto.
3. Dale al botón participar y entrarás en el sorteo del premio diario de 125 euros y también podrás ganar una de las 10 bolsas reutilizables. Al instante sabrás si has sido uno de los ganadores.
4. Si hoy no has sido uno de los afortunados, no te desanimes, puedes participar una vez al día, así que sigue probando suerte mañana.

Para más información:

Laura Pujal

HENKEL IBERICA

Brand Communication

Tel: 93-290.44.92

e-mail: laura.pujal@es.henkel.com

www.henkel.es