



Lay's to największa w Polsce i na świecie marka chipsów ziemniaczanych. Marka nowoczesna, radosna, bliska konsumentom. Poprzez najwyższą jakość produktu, wprowadzanie do oferty nowych smaków chipsów ziemniaczanych i interesujące promocje, Lay's dba o zaspakajanie potrzeb konsumentów. Innowacje i trendy wyznaczone przez Lay's są punktem odniesienia dla innych marek, nie tylko w kategorii chipsów ziemniaczanych.

Oferta i wartości

Firma Frito Lay Poland jest producentem szerokiej gamy słonych przekąsek: chipsów, chrupek, paluszków i popcornu. Jej największą i najbardziej znaną marką są chipsy ziemniaczane Lay's. Oferta marki Lay's obejmuje trzy rodzaje chipsów produkowanych ze specjalnie wyselekcjonowanych ziemniaków wysokiej jakości: chipsy płaskie Lay's (obecnie o smaku zielonej cebulki, papryki, pikantnej papryki, fromage, kurczaka z przyprawami, naturalne solone oraz smaki z oferty Lay's Cztery Pory Roku); chipsy grubo krojone Lay's Appetite (obecnie o smaku sera z cebulą i papryki z serem) oraz Lay's Appetite Stix – chipsy w kształcie frytek (obecnie o smaku ketchupu i kebabu).

Frito Lay niezwykłą wagę przykładają do procesu produkcji, tak aby chipsy Lay's były doskonałe w każdym tego słowa znaczeniu. Do produkcji wykorzystuje się najnowsze technologie i urządzenia najlepszych producentów. Olej roślinny stosowany do zrumienienia chipsów jest naturalny (niezmodyfikowany i nieutwardzony) i nie zawiera cholesterolu. Jest zawsze świeży, a jego jakość jest badana co dwie godziny. Chipsy Lay's pakowane są w atmosferze ochronnej po to, by tlen z powietrza nie utleniał tłuszczu w chipsach. Zaledwie trzymiesięczny termin przydatności do spożycia sprawia, że chipsy Lay's zachowują te same właściwości smakowe przez cały okres przydatności do spożycia, pomimo tego że nie zawierają konserwantów. Specjalne opakowanie – trójwarstwowa folia – ochrania chipsy przed połamaniem się i utrzymuje produkt w nienaganej jakości. Gramatury paczek Lay's dostosowane są do różnych potrzeb konsumentów.

Innowacje i promocje

Lay's to marka, która stara się być blisko swoich konsumentów i odpowiadać na ich potrzeby. W 2007 r. najlepiej ocenionymi przez konsumentów nowościami rynkowymi był nowy smak Lay's Kurczak z przyprawami, który przebojem wkroczył do czołówki najlepiej sprzedających się smaków Lay's oraz oferta Lay's Cztery Pory Roku. Lay's Cztery Pory Roku to produkt stworzony w oparciu o zupełnie nowy w kategorii słonych przekąsek koncept – o każdej porze roku Lay's oferuje konsumentom sezonowy polski smak chipsów (np. jesienny ziemniak z ogniska czy zimowa pieczona



szynka). W czasie czterech promocji konsumenckich w paczkach Lay's można było nie tylko znaleźć większą ilość chipsów gratis, ale także wygrać pieniądze, gadzety elektroniczne oraz miliony paczek Lay's.

W 2008 r. konsumenci mogą odkryć Lay's na nowo. Pozycjonowanie Lay's ewoluowało od komunikowania korzyści funkcjonalnych: „Pyszna, kusząca przekąska najwyższej jakości, którą warto się podzielić z bliskimi” do komunikacji korzyści emocjonalnych: „Nawet najlepsze chwile

smakują lepiej z Lay's”. Nowe opakowanie chipsów Lay's jest efektem zmian w pozycjonowaniu marki. Sposób, w jaki pokazano produkt, podkreśla naturalność Lay's i apetyczność chipsów. Logo Lay's jest nowocześniejsze i podkreśla radość, którą



To, czego nie wiedziałeś

- ★ W 2007 r. polscy konsumenci kupili 216 mln paczek Lay's.
- ★ Chipsy Lay's można kupić w sklepach na wszystkich pięciu kontynentach, choć w niektórych krajach sprzedawane są pod inną nazwą: w Wielkiej Brytanii Lay's to Walkers, we Francji – Croxy, a w Meksyku – Sabritas.
- ★ Lay's odpowiada na preferencje smakowe konsumentów w każdym kraju, w którym jest obecny. Dlatego na przykład w Polsce oferowane są Lay's o smaku Jesiennego Ziemniaka z Ogniska, w Wielkiej Brytanii – o smaku Soli i Octu oraz Sosu Worcester, w Rosji – o smaku Kraba, a w Japonii – o smaku Sushi.
- ★ W rozwinięciu przyprawy do smaku Lay's Kurczak z przyprawami pomagał Kurt Scheller.



emanuje marka. Lay's Zielona Cebulka i Papryka – najlepiej sprzedające się smaki nie tylko w portfolio Lay's, ale na całym rynku chipsów ziemniaczanych – stały się jeszcze bardziej wyjątkowe; mają jeszcze pełniejszy smak i aromat. Po otwarciu paczki można poczuć ich wyjątkowo autentyczny aromat, a każdy chips ma bardziej intensywny i niepowtarzalny smak. Chipsów Lay's Zielona Cebulka i Papryka nie da się pomylić z żadnymi innymi.

Kontekst rynkowy

Rynek słonych przekąsek to chipsy ziemniaczane (w 2007 r. 44 proc. w ujęciu wartościowym), chrupki (24 proc.), paluszki i precele (13 proc.), orzeszki (11 proc.), chipsy kukurydziane, słone ciastka i krakersy oraz popcorn (8 proc.).

Kategoria chipsów ziemniaczanych pojawiła się w Polsce stosunkowo niedawno, na początku lat 90. Kilkanaście lat później, w 2007 r. była już warta 665 mln zł, wykazując rok roczny wzrost.

Marką numer jeden w kategorii chipsów ziemniaczanych jest Lay's z 47 proc. udziałem wartościowym w kategorii i 36 proc. wolumenowym. Tak wysoki udział w kategorii powoduje, że kondycja Lay's silnie wpływa na zachowanie całej kategorii chipsów ziemniaczanych.

Polscy konsumenci pozostają lojalni tradycyjnym, dobrze znanym smakom i najczęściej sięgają po chipsy o smaku cebuli i papryki. Zauważalne jest jednak coraz większe zainteresowanie nowościami – nie tylko smakowymi, ale również nowymi teksturami i formatami opakowań.

Osiągnięcia i perspektywy

Lay's jest marką słonych przekąsek spontanicznie wymienianą przez 72 proc. konsumentów w wieku od 8 do 34 lat (ATP, Millward Brown, Q4 2007). W badaniu atrybutów marki Lay's deklasuje konkurentów, m.in. w odniesieniu do stwierdzeń: „produkt bardzo wysokiej jakości”, „produkt, za który warto zapłacić więcej”,



„produkt, który świetnie smakuje”, „oferuje smaki, które lubisz”, „produkt dla kogoś takiego, jak ty”. W przyszłości Lay's nadal będzie dbać o zaspokajanie potrzeb konsumentów poprzez najwyższą jakość produktu oraz wprowadzanie nowych smaków i tekstur chipsów.

Dane rynkowe za Nielsen

1932 Elmer Dolin zakłada w San Antonio na zachodzie USA fabrykę produkującą chrupki kukurydziane Fritos; we wschodniej części Ameryki Herman Lay tworzy firmę, która zajmuje się dystrybucją chipsów ziemniaczanych, a jej wiodącym produktem są chipsy Lay's

1951 Fuzja firm i powstanie Frito Lay Inc., największego na świecie producenta słonych przekąsek

1965 Frito-Lay Inc. i jeden z największych producentów napojów Pepsi-Cola łączą się, dając początek koncernowi PepsiCo Inc

1991 Początek Frito Lay w Polsce – PepsiCo kupuje od Skarbu Państwa większość udziałów w E. Wedel S.A.

1993 PepsiCo otwiera w Grodzisku Mazowieckim najnowocześniejszy w kraju zakład produkujący słone przekąski, w tym chipsy ziemniaczane Lay's

1998 Powstaje jednostka biznesowa Europy Wschodniej obejmująca oddziały firmy Frito Lay w Polsce, Rosji, Litwie i Estonii oraz na Łotwie i Węgrzech; w Polsce, jako rynku wiodącym, umieszczona zostaje centrala na Europę Wschodnią

2006 PepsiCo Inc. przejmuje Star Foods S.A., znaczącego producenta i dystrybutora słonych i słodkich przekąsek; Frito Lay Poland staje się największym producentem słonych przekąsek w Polsce

