



Hortex jest jedną z najlepiej rozpoznawalnych i obdarzonych największym zaufaniem polskich marek. Na przestrzeni dziesięcioleci urosła ona do rangi symbolu. Niekwestionowany lider rynkowy w kategorii mrożonych warzyw i owoców oraz wicelider w kategorii soków, nektarów i napojów niegazowanych w Polsce odnosi również sukcesy w kilku innych krajach naszego regionu.

Oferta i wartości

Hortex Holding S.A. to niepubliczna spółka akcyjna, która jest wiodącym przetwórcą warzyw i owoców w Polsce specjalizującym się w produkcji mrożonek owocowo-warzwnych oraz soków, nektarów i napojów. Za całość produkcji i sprzedaży mrożonek pod marką Hortex odpowiada spółka Polski Ogród, w której Hortex Holding ma 100 proc. udziałów.

Ponad 50 proc. produkcji mrożonek jest przeznaczana na eksport, a do największych odbiorców należą: Rosja, Rumunia, Estonia, Białoruś, Litwa, Ukraina i Łotwa.

Istniejąca od ponad 50 lat marka Hortex jest liderem rynku mrożonych warzyw i owoców zarówno w Polsce, jak i w Rosji. W kategorii soków, nektarów i napojów marka Hortex jest wiceliderem rynku. Na przestrzeni dziesięcioleci marka urosła w kategoriach, w których jest obecna – do rangi symbolu. Dziś marka Hortex jest łatwo rozpoznawana i bezbłędnie kojarzona z firmą oraz jej produktami, zarówno w kraju, jak i za granicą. W Polsce markę Hortex zna 98 proc. konsumentów, zaś na kluczowym dla mrożonek Hortex rynku rosyjskim – ponad 88 proc.

W oczach konsumentów najmocniejsze strony marki Hortex to przede wszystkim: smak, wysoka jakość i różnorodność produktów. Ponadto konsumenci deklarują, że o wyborze produktów marki Hortex decyduje ich naturalność; to, że są zdrowe i odpowiednie dla całej rodziny. W ocenie klientów jest to marka sprawdzona, budząca zaufanie i gwarantująca wysoką jakość.

Innowacje i promocje

Oferta produktów pod marką Hortex jest bardzo bogata i każdy znajdzie w niej coś dla siebie. Osoby, które chcą i lubią gotować, mają szeroki wybór mrożonych warzyw solo, z których największym popytem wśród polskich konsumentów cieszą się: kalafior, fasolka szparagowa oraz brokuły, a z owoców – truskawki. Dla osób lubiących oryginalne kompozycje smakowe, które można dalej udoskonalać poprzez dodawanie przypraw i sosów, są zupy oraz mieszanki warzywne. Z kolei osoby aktywne zawodowo, dla których liczy się krótki czas przygotowania posiłku, cenią produkty z linii „Warzywa na patelnię” oraz gotowe dania na bazie warzyw z dodatkiem mięsa z serii „Dania Świata”.

Hortex stale doskonali i wzbogaca swoją ofertę, starając się jak najlepiej



Autorem zdjęć jest Carl Warner

dostosować do oczekiwań klientów.

W styczniu 2004 roku firma wprowadziła na rynek linię „Warzywa na patelnię” – mieszanki warzywne ze specjalnie dobranymi przyprawami – tworząc tym samym niejako nowy segment warzyw przetworzonych. „Warzywa na patelnię” to siedem wyjątkowych mieszanek, bogatych w takie unikalne składniki jak groszek, cukinia czy też żółta marchewka. Innowacyjnym pomysłem było dodanie do opakowań saszonek z przyprawami, które konsument może samodzielnie dodać do potrawy pod koniec smażenia. We wrześniu br. oferta mrożonych zup Horteksu poszerzyła się o dwie bardzo popularne polskie zupy: „Groszkówkę z boczkiem” oraz „Kapuśniak z kiszzonej kapusty”.

Wszystkie produkty Hortex powstają z myślą o potrzebach konsumentów. W ofercie Horteksu znajduje się ponad 100 pozycji asortymentowych z kategorii soków, nektarów i napojów. Dla najmłodszych konsumentów Hortex oferuje linię produktów Hortex Leon; z myślą o nowoczesnych kobietach dbających o siebie – Hortex Vitaminę, a dla „spragnionych orzeźwienia” – linię napojów Hortex Fresz. Technolodzy firmy nieustannie opracowują nowe, coraz ciekawsze receptury. Łączą w nich między innymi tak egzotyczne smaki jak: marakuja, liczi i mango ze smakiem rodzimych soczystych gruszek czy jabłek. Tworzą coraz ciekawsze kompozycje smakowe, które pozwalają konsumentom cieszyć się

smakiem świeżych owoców i warzyw o każdej porze roku. We wrześniu 2009 roku na polski rynek trafił sok jabłkowy 100 proc. „Złote Jabłko” będący kompozycją najsmaczniejszych odmian jabłek Golden Delicious, Jonagold i Champion. Jest to jedyny tego rodzaju produkt na rynku.

Od początku istnienia Hortex patrzył w przyszłość i wyznaczał nowe trendy. Był m.in. pierwszym polskim producentem, który zastosował kilka lat temu w opakowaniach mrożonek specjalną folię – dwuwarstwowy laminat lepiej niż wcześniej stosowane materiały chroniący zawartość opakowania przed niekorzystnym wpływem czynników zewnętrznych i pozwalający dłużej zachować świeżość produktu.

Hortex inwestuje w działania mające na celu wzrost świadomości marki. W 2008 i 2009 r. została przeprowadzona kampania reklamowa soków i mrożonek Hortex pod hasłem: „Hortex. Z najlepszych owoców i warzyw”, kreująca wizerunek marki jako eksperta od owoców i warzyw oferującego produkty naturalne o najwyższej jakości. Seria filmów reklamowych pokazuje wyjątkowy świat stworzony z pięknych, apetycznych owoców i warzyw, z których powstają produkty pod marką Hortex.

Filmy wyreżyserował Carl Warner, angielski reżyser i fotograf specjalizujący się w tworzeniu niesamowitych obrazów z owoców i warzyw.



Kontekst rynkowy

Marka Hortex jest zdecydowanym liderem rynku mrożonych warzyw i owoców w Polsce zarówno w ujęciu ilościowym, jak i wartościowym. To marka, którą najchętniej wybierają konsumenci mrożonych warzyw, owoców czy zup. Wprowadzone w styczniu 2003 roku „Dania Świata” spowodowały dynamiczny wzrost całego segmentu gotowych dań mrożonych, z kolei linia „Warzywa na patelnię” przyczyniła się do powstania nowego segmentu warzyw przetworzonych.

Również na rynku rosyjskim, który pozostaje dla mrożonek Hortex jednym z najważniejszych rynków eksportowych, marka Hortex od wielu lat utrzymuje największe udziały ilościowe. Rosyjski rynek mrożonych warzyw, owoców oraz mieszanek rozwija się niezwykle dynamicznie. Wzrost popytu na mrożonki odzwierciedla rozwój gospodarczy kraju, rosnącą siłę nabywczą konsumentów oraz zwiększającą się świadomość zalet mrożonej żywności.

Marka Hortex jest jedną z trzech największych marek w kategorii soków, nektarów



1944 powstaje Centrala Gospodarcza Spółdzielni Ogrodniczych Rzeczypospolitej Polskiej, przekształcona w 1949 r. w Centralę Spółdzielni Ogrodniczych (CSO)

1958 powstaje Przedsiębiorstwo Handlu Zagranicznego (PHZ) HORTEX; w tym samym roku logo i nazwa Hortex zostają po raz pierwszy zarejestrowane w Urzędzie Patentowym



i napojów na rynku polskim i wiceliderem tego rynku. Przy czym w obszarze swojej najważniejszej kompetencji – producenta soków – marka Hortex jest niekwestionowanym liderem rynku, oferując konsumentom najbogatszą ofertę owocowych soków stuprocentowych bez dodatku cukru.

Osiągnięcia i perspektywy

Produkty pod marką Hortex od lat są wyróżniane nagrodami zarówno w Polsce, jak i za granicą. Najcenniejszym wyróżnieniem są nagrody przyznane przez samych konsumentów. Siedmiokrotnie, w latach 2002–2008, Hortex został uhonorowany tytułem Marki Godnej Zaufania w kategorii Soki w jednym z największych badań konsumentckich w Europie – badaniu European Trusted Brand przeprowadzonym wśród czytelników „Reader’s Digest”.

Hortex Holding S.A. buduje silną pozycję nie tylko na rynku polskim, ale również międzynarodowym. Od dziesiątków lat firma jest największym polskim eksporterem mrożonych owoców, warzyw oraz mieszanek owocowych i warzwnych. Do jej głównych odbiorców należą: Rosja, Słowacja, Ukraina, Łotwa, Estonia, Litwa, Białoruś.

Głównym rynkiem eksportowym od wielu lat jest Rosja. Podobnie jak Polacy, Rosjanie znają markę Hortex i kojarzą ją z najwyższą jakością i długoletnią tradycją. Dowodem uznania dla marki Hortex w Rosji jest aż czterokrotne przyznanie nagrody Superbrands Rosja.

Hortex zamierza dalej realizować strategię ostatnich lat, stawiając na produkty markowe, kierowane przede wszystkim do konsumenta detalicznego. Dostępność cenowa produktów Hortex, bardzo istotny

1965 w nowopowstałym zakładzie PHZ Hortex zaczyna działać pierwszy w Polsce tunel chłodniczy do produkcji mrożonych warzyw i owoców; jest to przełomowy moment w historii firmy

1989 w zakładzie w Górze Kalwarii zostaje uruchomiona pierwsza w Polsce linia do aseptycznego rozlewu soków w opakowaniach kartonowych

1997 przedsiębiorstwo rozpoczyna działalność jako Hortex Holding Spółka Akcyjna

To, czego nie wiedziałeś

✪ Nazwa „Hortex” wywodzi od połączenia dwóch słów: łacińskiego słowa „hortus”, czyli ogród oraz „export”.

✪ Zamrażanie to jedna z najzdrowszych metod przechowywania żywności, ponieważ nie wymaga dodatku środków konserwujących. Zamrażanie zapewnia maksymalne przedłużenie trwałości produktów przy minimalnych zmianach ich cech jakościowych i odżywczych. Inne procesy utrwalania żywności mogą powodować utratę nawet do 60 proc. witamin.

✪ Owoce i warzywa zawierają antyoksydanty (przeciwutleniacze), które zmniejszają ryzyko zachorowania na nowotwory i choroby układu krążenia, a także spowalniają procesy starzenia. Poza tym są niskokaloryczne.



element strategii, jest możliwa dzięki działaniu na dużą skalę i masowej produkcji dobrych jakościowo mrożonek i soków.

Firma robi wszystko, by nie zawieść zaufania konsumentów. Ich satysfakcja i lojalność są dla niej największą wartością. We wszystkich krajach, do których dociera, propaguje wartości od wielu lat przyświecające działaniom Horteksu – dbanie o najwyższą jakość wszystkich produktów oraz troskę o konsumenta.

2003 zakłady Hortex uzyskują certyfikaty Zintegrowanego Systemu Zarządzania

2005 całość produkcji i sprzedaży mrożonek Horteksu zostaje powierzona spółce Polski Ogród, w której Hortex Holding ma 100 proc. udziałów

2008 powstaje spółka Ortika Frozen Foods, która odpowiada za całość sprzedaży mrożonek Hortex w Rosji