



Lajkonik to tradycyjna polska marka będąca niekwestionowanym liderem na rynku słonego pieczywa w Polsce (z udziałem wartościowym 48,5 proc., Lorenz za Nielsen, JJ'2009). Posiada w swojej ofercie wszystkie produkty z segmentu wypiekanych słonych przekąsek, tj. paluszki, krakersy, precelki, mieszanki oraz talarki. Lajkonik to najbardziej znane paluszki w Polsce – rozpoznawane przez blisko 100 proc. konsumentów tej kategorii. Są one również najwyżej oceniane pod względem smaku, wypiekania i chrupkości. Produkty Lajkonika dostępne są w 90 proc. sklepów handlu tradycyjnego, a w handlu nowoczesnym nawet w 100 proc. (Lorenz za Nielsen JJ'2009).

Oferta i wartości

Korzenie przedsiębiorstwa sięgają 1910 roku i są związane z miejscowością Skawina oraz z osobą Henryka Francka. Fabryka przez lata swego istnienia produkowała różne wyroby spożywcze od surogatów kawowych poprzez makarony, proszek do pieczenia itd. W roku 1970 w murach fabryki Henryka Francka rozpoczęła się obecna produkcja słonego pieczywa.

Lajkonik ma w swoim portfolio gamę produktów atrakcyjną dla szerokiej grupy konsumentów – młodzi sięgają po przekąski sygnowane marką „Junior”, dorośli chętnie wybierają paluszki: słone, o smaku świeżej cebulki, precelki, talarki, mieszanki lub krakersy (słone, cebulkowe, sezamowe).

Kupując przekąski marki Lajkonik konsument może mieć pewność, że wybrał produkt najwyższej jakości. Produkcja opiera się bowiem w oparciu o trzy złote zasady:

1. Składniki najwyższej jakości – w trosce o zdrowie konsumentów przekąski marki Lajkonik są wypiekane wyłącznie na bazie naturalnych składników, bez stosowania polepszaczy, barwników i chemicznych konserwantów. W procesie produkcji krakersów używane są nieutwardzane oleje roślinne (oleje palmowe), niezbędne do prawidłowego funkcjonowania organizmu (zawierają nienasycone kwasy tłuszczowe NNKT oraz witaminę E, związki zalecane szczególnie w diecie antycholesterolowej);

2. Oryginalna receptura – dzięki niej przekąski Lajkonik na długo zachowują swój smak, pozostają świeże, kruche i chrupiące. Fakt ten wynika z zastosowania specjalnej technologii przygotowania ciasta oraz stosunkowo niskiej zawartości wody w wyrobach.

3. Polska tradycja wypieku – pielęgnowana już od kilkudziesięciu lat. Doświadczenie w wypiekaniu słonych przekąsek pozwala na przygotowanie paluszków, precelków i krakersów dostosowanych specjalnie do gustów polskich konsumentów. Ponadto, technologia wypieku sprawia, że zarówno paluszki, krakersy, jak i precelki wyróżniają się spośród innych przekąsek stosunkowo niską kalorycznością – 1 paluszek to tylko 5 kcal, 1 precelek to zaledwie 4 kcal, a 1 krakers Lajkonik to tylko 24 kcal. Produkcja odbywa się zgodnie z restrykcyjnymi międzynarodowymi systemami jakości i bezpieczeń-



stwa (Norma IFS – International Food Standard, Norma BRC – Global Food Standard, System HACCP, Certyfikat ISO 9001:2000) co jest gwarancją niezmienniej wysokiej jakości wszystkich produktów.

Marka Lajkonik utożsamiana jest z tradycją, rodziną, legendarnym smakiem. Jest marką przyjazną, polską, godną zaufania, towarzyską, ciepłą, radosną, bliską.

Innowacje i promocje

Jak przystało na lidera rynku marka Lajkonik przoduje w zakresie innowacji, polegających na wprowadzaniu na rynek nowych produk-

tów. Wprowadzane przez firmę innowacje tworzą osobne kategorie. Są trudne do skopiowania, dlatego konsumenci nie znajdują w ofercie konkurentów Lajkonika takich produktów jak np. Krakowskie Talarki czy Paluszki Junior.

Krakowskie Talarki to pyszne, cienkie i wyjątkowo chrupiące krążki wypiekane w tradycyjny sposób na złocisty kolor. Ponieważ zawierają niewiele ciasta – są lekkie, delikatne i mało sycące. Produkt, który został wprowadzony w lutym 2007, od razu stał się rynkowym sukcesem.

Paluszki Junior to przekąska, której receptura została przygotowana przede wszystkim z myślą o najmłodszych konsumentach, którzy preferują łagodny smak przekąsek. Dodatkowo, w trosce o zdrowe odżywianie w recepturze została zredukowana ilość soli. Produkt został wprowadzony w lutym 2008. Do dnia dzisiejszego zdobywa coraz większą rzeszę wiernych konsumentów. Paluszki Junior trafiają w gusta najmłodszych, jednak dorośli również chętnie po nie sięgają.

Paluszki o smaku świeżej cebulki to nowa propozycja dla tych, którzy w słonych przekąskach poszukują intensywnych wrażeń smakowych, a ponadto przywiązują uwagę do tego, co jedzą. Świeża cebulka to jeden z najpopularniejszych i najbardziej lubianych smaków, jakie można spotkać w słonych przekąskach. Ten pyszny produkt z pewnością skusi nie tylko dotychczasowych konsumentów paluszków, ale również amatorów innych przekąsek.

Junior Safari to przekąska, którą jest dedykowana dzieciom, jednak z pewnością zaskarbi również sympatię rodziców. Atrakcyjny kształt egzotycznych zwierzątek (żyrafy, słonia, zebry, żółwia, koali, nosorożca, lwa) oraz delikatny smak zapewnią dzieciom pyszną zabawę, podczas której będą poznawały świat Afryki. Rodzice będą cenić Junior Safari za to, że zawierają mniej soli niż np. większość standardowych słonych paluszków (poniżej 3,5 proc.), a wielkość przekąsek jest idealna na jeden kęs.

Kontekst rynkowy

Biorąc pod uwagę sprzedaż ilościową, segment słonego pieczywa stanowi 27,7 proc. (Lorenz za Nielsen, JJ'2009) udziałów całego rynku słonych przekąsek.



Segment słonego pieczywa składa się z pięciu kategorii:

1. paluszki – najważniejsza pod względem wolumenu – 75,8 proc. udziałów rynkowych (Lorenz za Nielsen, JJ'2009),
2. krakersy – druga kluczowa kategoria – 15,8 proc. udziałów rynkowych (Lorenz za Nielsen, JJ'2009),
3. talarki – 4,1 proc. udziałów rynkowych (Lorenz za Nielsen, JJ'2009; Lajkonik jest ich jedynym producentem),
4. precelki – 3,1 proc. udziałów rynkowych (Lorenz za Nielsen, JJ'2009),
5. mieszanki – 1,2 proc. udziałów rynkowych (Lorenz za Nielsen, JJ'2009).

Lajkonik oferuje produkty we wszystkich wyżej wymienionych kategoriach i jest



liderem wśród markowych producentów w każdej z nich.

Drugie miejsce pod względem udziałów ilościowych w tym segmencie zajmują marki prywatne (24,1 proc. – Lorenz za Nielsen).

Trzecim graczem jest firma Aksam (13,4 proc. – Lorenz za Nielsen, JJ'2009), czwartym Cymes (4,4proc. – Lorenz za Nielsen JJ'2009).

Na rynku obecne są również: Lubella (3,4 proc. – Lorenz za Nielsen JJ'2009), Lorenz (w ofercie Paluszki Saltlets, Saltlets Snack Mix i Lorenz Snack Hits – udziały ilościowe 2,4 proc. – Lorenz za Nielsen, JJ'2009), FritoLay (2,3 proc – Lorenz za Nielsen, JJ'2009) oraz Kraft Foods – Krakersy LU Tuc (1,6 proc. – Lorenz za Nielsen, JJ'2009).

Osiągnięcia i perspektywy

Marka Lajkonik jest doceniana zarówno przez konsumentów, jak i detalistów. W ostatnich trzech latach otrzymała wiele nagród.

W roku 2006 Lajkonik zajął I miejsce w konkursie LIDER FORUM 2006 w kategorii Paluszki, Krakersy, Orzeszki organizowanym przez wydawcę magazynu „Forum Słodko-Stone”. Dwa razy z rzędu w roku 2007 i 2008 uzyskał Złoty Laur Konsumenta w kategorii Słone Przekąski. W roku 2008 marce Lajkonik przyznano również tytuł THE BEST IN POLAND

- 1910** powstanie zakładów produkcyjnych Henryka Francka Synowie – zaplecze techniczne dla fabryki Lajkonika
- 1938** fabryka Henryka Francka Synowie produkuje 20 rodzajów produktów w 53 typach opakowań
- 1950–1960** okres rozwoju i modernizacji
- 1970** 4 czerwca rusza pierwsza produkcja słonych paluszków
- 1972** instalacja dwóch linii paluszków
- 1974** produkcja krakersów na nowej automatycznej linii produkcyjnej

- 1993** powstaje nowy Dział Marketingu
- 1993–1994** rozwój produkcji krakersów i paluszków
- 1994** implementacja nowych opakowań
- 1996** pierwsza telewizyjna kampania reklamowa krakersów i paluszków
- 1997** nowa nazwa firmy Lajkonik Snacks Skawina S.A.
- 1998** nowa strategia i nowe logo Lajkonik

To, czego nie wiedziałeś

- ★ Super Krakersy – delikatnie solone, kruche ciasteczka często pomagają w łagodzeniu mdłości. Może to być cenną informacją dla szczęśliwych pań, oczekujących dziecka. Krakersy stanowią doskonałą bazę dla przepisów, np. ciasto rafaelo.
- ★ Do produkcji używana jest mąka pochodząca tylko z polskich młynów, z terenów wschodnio-południowych, a więc niezwykle czystych i urodzajnych. Jaja zaś tylko z ekologicznych farm.
- ★ Historia zakładu, w którym produkuje się przekąski marki Lajkonik sięga 100 lat.

w X edycji Konsumentckiego Konkursu Jakości Produktów.

Rok 2009 przyniósł Lajkonikowi Laur Konsumenta 2009 Grand Prix w kategorii Słone Przekąski, a jego Paluszkom Junior wyróżnienie w kategorii Słone Przekąski w konkursie organizowanego przez „Wiadomości Handlowe”: Perły Rynku FMCG.



- 2006** I miejsce w konkursie LIDER FORUM 2006 w kategorii Paluszki Krakersy Orzeszki organizowanym przez wydawcę magazynu „Forum Słodko-Stone”
- 2007** Złoty Laur Konsumenta 2007 w kategorii w Słone Przekąski
- 2007** wprowadzenia Krakowskich Talarków
- 2008** wprowadzenie Paluszków Junior
- 2009** wprowadzenie Paluszków o smaku Świeżej Cebulki, Junior Safari i Koktajlowego Mixu
- 2009** Laur Konsumenta 2009 – Grand Prix w kategorii Słone Przekąski