



## TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Nazwa Mokate utworzona została z pierwszych liter imion i nazwiska założycieli marki: MOkrysz, KAZimierz i TEresa.

Nazwa marki LOYD pochodzi od nazwy jednego z najstarszych i największych domów herbacianych w Londynie – Thompson Lloyd & Ewart – z ponad 250-letnią tradycją.

Marka LOYD to najwyższej jakości herbaty wytwarzane z najlepszych surowców pochodzących z renomowanych plantacji herbacianych. Stworzona z myślą o koneserach i wymagających pasjonatach tego szlachetnego napoju. Mokate SA, właściciel marki, jest jednym z liderów rynku i wciąż umacnia swoją pozycję, działając zgodnie z hasłem „Herbata to nasza pasja”.

### Kontekst rynkowy

Polski rynek herbaty jest trzecim po Wielkiej Brytanii i Rosji rynkiem w Europie. Mokate SA, jako producent herbat z sięgającymi łącznie 20% udziałami w rynku, zajmuje pozycję wicelidera, zarówno pod względem ilościowym, jak i wartościowym. Ma silną pozycję na rynku herbat popularnych i systematycznie rozbudowującą pozycję na rynku herbat *premium*. Marka LOYD jest obecnie liderem rynku w sprzedaży herbat liściastych czarnych (udział ponad 11%) oraz należy do ścisłej czołówki w kategorii Yunnan i Earl Grey. Najważniejsze atuty grupy Mokate to nowoczesna produkcja oraz dobra znajomość rynku, w tym również rynku zagranicznego. Wszystkie trzy kombinaty: w Ustroniu, Żorach i pod czeską Pragą, są znakomicie wyposażone i stale rozbudowywane. W procesie produkcji stosowane są bardzo surowe reżimy jakościowe – w rezultacie firma dysponuje całym szeregiem certyfikatów krajowych i zagranicznych, ułatwiających ekspansję na najdalsze rynki.

Warto też zwrócić uwagę na sieć dystrybucyjną firmy. Lata jej konsekwentnej rozbudowy zaowocowały tym, że dziś w 9 na 10 badanych sklepów można znaleźć przynajmniej jeden produkt grupy Mokate. To jeden z najwyższych wskaźników na rynku.

### Oferta

Choć zdecydowana większość konsumentów preferuje wygodne herbatki ekspresowe, w Mokate SA nie zapomniano o grupie koneserów, dla których prawdziwy i pełny smak herbaty wiąże się nierozdzielnie z herbatami liściastymi. LOYD szczególną uwagę przykładła do jakości liści, ich aromatu, kształtu i smaku. Tutaj nie ma mowy o przypadku. Aby jej herbaty trafiły w gust i upodobania konsumentów, marka współpracuje z doświadczonymi kiperami, których skutecznie wspierają laboratoria firmy. To właśnie z myślą o klientach-koneserach w ofercie znalazła się cała gama różnorodnych produktów o najwyższej jakości, z tak cenionymi smakami jak Yunnan, Earl Grey, Ceylon czy Assam.

W portfolio marki LOYD znajdują się herbaty czarne, zielone, owocowe, rooibos oraz funkcjonalne. Herbaty i mieszanki oferowane są w formie liściastej oraz w torebkach ekspresowych – również w kształcie piramidki – zapewniających optymalne warunki do zaparzania liści herbacianych. Wysoką jakość oferowanych herbat gwarantują między innymi najnowocześniejsze maszyny do porcjowania herbat w piramidkach oraz ostre kryteria jakościowe przy doborze stosowanych surowców. Monitoring obejmuje cały cykl produkcyjny, rozpoczynając od źródła, czyli upraw, poprzez zbiór i transport do fabryki.

Warto podkreślić, że firma opiera całą swą herbacianą produkcję w segmencie herbat czarnych i Earl Grey na recepturach i dostawach z legendarnego londyńskiego domu herbaty Thompson Lloyd & Ewart, obecnego na rynku od 1760 roku.

### Osiągnięcia

Rynek herbat *premium*, na którym konkuruje marka LOYD, to zarówno wyzwanie, jak i szansa na sukces. Partnerzy i konkurenci Mokate SA dobrze wiedzą, że gdy firma dąży do założonego celu, to nie brakuje jej wytrwałości i skutecznie go realizuje.



Linia herbat LOYD w piramidkach obejmuje herbaty czarne i zielone oraz herbatki owocowe.



Pierwsza kampania reklamowa LOYD z udziałem Justyny Steczkowskiej odbyła się wiosną 2012 r.



Najnowszy film reklamowy LOYD nasycony jest aromatem liści herbaty, owoców i... nutą magii.

Obecnie, dzięki nowoczesnemu, praktycznie stale rozbudowywanemu zapleczu produkcyjnemu i innowacyjności technologii, firma jest w stanie dostarczać produkty najwyższej jakości oraz zgodne z oczekiwaniami konsumentów. Potwierdzają to liczne nagrody i wyróżnienia, m.in.:

- Grzańce – Teraz Polska, Jakość Roku 2009, Najlepsze w Polsce.
- Minutka – Produkt Roku 2011 – Innowacja Roku 2011, Złoty Paragon 2012.
- LOYD – Created in Poland Superbrands 2013.

Osiągnięcia Mokate SA na zewnętrznych rynkach znalazły uznanie w kraju: tytuł Wybitnego Eksportera Roku 2011 przyznany przez Ministra Rolnictwa, czy Lidera Polskiego Eksportu 2011. Instytut Nauk Ekonomicznych PAN zaliczył Mokate SA do grona 21 najbardziej innowacyjnych firm w Polsce.

Zarządzanie jakością stało się jednym z najważniejszych elementów kreujących konkurencyjność Mokate SA zarówno na rynku krajowym, jak i międzynarodowym. Firma w skuteczny sposób łączy zasady i wymagania systemu HACCP (zgodnego z Codex Alimentarius) z zasadami Dobrej Praktyki Produkcyjnej (*Good Manufacturing Practice*) i Dobrej Praktyki Higienicznej (*Good Hygiene Practice*) w odniesieniu do realizowanych procesów. Mokate SA została poddana audytowi przez niezależną jednostkę certyfikującą SAI GLOBAL Assurance Services Ltd.

### Promocja Marki

Marka LOYD w różnorodny sposób komunikuje się z rynkiem, posługując się zarówno tradycyjnymi kanałami komunikacji, jak też wybierając kreatywne działania promocyjne. Duże zainteresowanie mediów wzbudziły wyjątkowe projekty, takie jak objęcie patronatem ubiegłorocznej premiery opery „Senso” w Teatrze Wielkim w Warszawie, czy też patronat nad otwarciem kolejnego butik Paprocki&Brzozowski. LOYD był również obecny podczas wielu projektów z zakresu muzyki, teatru i mody, zarówno w Polsce, jak i zagranicą. W 2012 roku ruszyło pierwsze stoisko Loyd & Lavazza w Perfumerii „Douglas” przy reprezentacyjnej ul. Chmielnej w Warszawie. W najbliższym czasie firma planuje otworzyć kolejne, m.in. w centrum handlowym Gemini Park w Bielsku-Białej.

W 2011 roku ambasadorką herbat LOYD została Justyna Steczkowska. Jej osobowość artystyczna ma podkreślać wyjątkowość herbacianych produktów oraz pomóc na nowo



Fabryka w Ustroniu ciągle zmienia swoje oblicze.

odkryć magię herbacianego naparu. „*To będzie wspólna wyprawa w przestrzeń i czas. W świat herbacianych aromatów. Zaskakująca zwrotami i stylizacjami, niekiedy wręcz magiczna. Jestem przekonana, że nikt, kto to raz zobaczy i kto raz spróbuje herbaty LOYD, nie pozostanie obojętny*” – podsumowuje Sylwia Mokrysz, z Zarządu Mokate SA.

### Wartości Marki

Filozofię marki najlepiej oddaje hasło *Herbata to nasza pasja*. LOYD dobrze wie, że aby tworzyć nowe, wyjątkowe smaki herbat, trzeba odnaleźć w sobie pasję, gdyż wbrew powszechnym opiniom, produkcja herbaty wymaga olbrzymiej wiedzy, doświadczenia, a także cierpliwości. Herbata to wyjątkowy surowiec – istnieją setki różnych rodzajów, odmienne terminy zbiorów, czy sposoby obróbki herbacianego liścia. To wszystko ma ogromny wpływ na to, jaki ostatecznie powstanie napar. Konsument herbaty LOYD kojarzą ją z wysoką jakością, niepowtarzalnym smakiem i... aurą magii.

[www.loydtea.pl](http://www.loydtea.pl)  
[www.loydtea.eu](http://www.loydtea.eu)

## HISTORIA MARKI

**1900:** W miejscowości Dobra (Śląsk Cieszyński, dziś w granicach Republiki Czeskiej) Josef Mokryś zakłada sklep z towarami kolonialnymi; herbata jest w Czechach tak popularna, że nie może jej zabraknąć w ofercie sklepu.

**1927:** Alois Mokryś (później Mokrysz) prowadzi sklep w Goleszowie (Śląsk Cieszyński), potem restaurację i betoniarnię. Pod nazwą „Mokrysz” rodzinny interes kontynuowany jest przez trzy następne pokolenia.

**1990:** Kazimierz Mokrysz, wnuk pierwszego właściciela, przekazuje firmę małżonce. Teresa Mokrysz zmienia nazwę na „Mokate”. Zmienia też profil firmy, która zaczyna produkować śmietankę do kawy. Główną siedzibą firmy zostaje Ustron.

**2002-2003:** W ofercie grupy Mokate, po 102 latach, pojawiają się herbaty. Partnerem zostaje legendarny londyński Dom Herbaty – Thompson Lloyd & Ewart.

**2005:** Mokate przejmuje czołowego producenta herbaty w Czechach – firmę DUKAT.

**2011:** Grupa Mokate umacnia pozycję na krajowym rynku i w eksporcie; ambasadorką herbat LOYD zostaje znana piosenkarka Justyna Steczkowska.

**2012:** Ekspansja marki LOYD na polskim rynku poparta zostaje jedną z największych kampanii reklamowych Mokate.

**2013:** Podczas renomowanego festiwalu mody Alta Roma Alta Moda w Rzymie marka LOYD została partnerem strategicznym pokazu najnowszej kolekcji utalentowanej projektantki z Polski Natashy Pavluchenko.