



## Rynek

WINIARY to wiodąca w Polsce marka wyrobów spożywczych, znana Polakom od ponad 60 lat. Szczytując się nią wyroby są synonimem doskonałego połączenia tradycyjnego polskiego smaku z innowacyjnością i nowoczesnością.

WINIARY to marka o bardzo szerokim asortymencie. Oferowane przez nią wyroby kulinarne to: zupy, buliony, majonezy, sosy, fixy, dania instant, przyprawy, galaretki, kisiele oraz budynie. Produkty te zaspokajają potrzeby zarówno wielbicielej kuchni tradycyjnej, jak i nowoczesnej oraz wszystkich tych, którzy na gotowanie mają coraz mniej czasu. W ofercie marki WINIARY znajduje się ponad 200 różnych produktów.

Wartość całego rynku kulinariów w Polsce szacowana jest na ponad 2 mld złotych. Marka WINIARY ma na nim wiodącą pozycję pod względem udziałów. Charakterystyczny dla Polski jest wysoki poziom spożycia majonezu (rocznie ponad 1kg na osobę) oraz najwyższy w Europie poziom spożycia zup (78 l na osobę). W obydwu tych kategoriach marka WINIARY utrzymuje pozycję numer 1 na polskim rynku. WINIARY to czołowa marka w ciągle rozwijającym się rynku bulionów, przewodzi również na rynku deserów.

## Osiągnięcia

Wysoką jakość produktów marki WINIARY doceniają fachowe gremia, przyznając im liczne nagrody i wyróżnienia.

W roku 2003 w rankingu miesięcznika *Moje Gotowanie* zwyciężył Majonez Dekoracyjny WINIARY. Ogłoszono go najlepszym produktem spożywczym roku, przyznając tytuł Rarytas 2003. Należy podkreślić, że wspomniany majonez oprócz głównego zwycięstwa zdobył jednocześnie nagrodę w kategorii: przyprawy, stając się podwójnym laureatem konkursu.



Dwutygodnik *Handel* również docenił markę WINIARY, przyznając *Hit Handlu 2003* trzem produktom: Majonezowi Dekoracyjnemu WINIARY, Zupom Dodaj WINIARY oraz Bulionowi w płynie WINIARY.

Majonez Dekoracyjny WINIARY otrzymał certyfikat Polskiego Centrum Badań i Certyfikacji – Znak Jakości Q oraz prestiżowe godło *Teraz Polska*.

W 2002 roku portal internetowy *MniamMniam.pl* zorganizował plebiscyt wśród swoich użytkowników na najsmaczniejszy produkt roku.

W rywalizacji zwyciężył Majonez Dekoracyjny WINIARY, otrzymując tytuł Smakowitość Roku 2002.

## Historia

Wszystko zaczęło się w 1941 roku, kiedy to Alfred Nowacki – Niemiec polskiego pochodzenia – na terenie dawnej osady Winiary na przedmieściach Kalisza wybudował zakład produkcyjny, w którym zaczął wytwarzać wyroby kulinarne. Wkrótce po uruchomieniu zakład został przejęty przez Niemców, którzy zarządzali nim do 1945 roku i produkowali w nim wyroby na potrzeby wojsk



niemieckich. Po wyzwoleniu część byłych pracowników fabryki postanowiła zawiązać spółdzielnię i rozpoczęła produkcję żywności dla ludności cywilnej. Rok później fabryka przeszła pod zarząd państwowy. Powstały Zakłady Żywnościowe WINIARY, które w 1960 roku zmieniły nazwę na Zakłady Koncentratów Spożywczych. Fabryka zatrudniała 300 osób, zajmujących się głównie przetwórstwem spożywczym. W zakładzie produkowano w tym czasie kostki bulionowe, susze warzywne oraz przyprawę do zup w płynie.

We wrześniu 1949 roku orzeczeniem Ministra Przemysłu Rolnego i Spożywczego zakład przeszedł na własność państwa. W latach 60. zakład został zmodernizowany. W 1974 roku z linii produkcyjnej zszedł pierwszy Majonez Dekoracyjny – dziś numer 1 na rynku majonezów w Polsce. W latach 80. uruchomiono nowe linie, produkowano wówczas również oranżady, wody gazowane, paszety, pasty kanapkowe oraz gotowe dania obiadowe w puszkach.

1 września 1994 roku firma została przekształcona w jednoosobową spółkę Skarbu Państwa, a niecały rok później podpisana została umowa prywatyzacyjna ze szwajcarskim koncernem Nestlé, największym na świecie producentem żywności. W fabryce wprowadzono nowoczesne metody zarządzania oraz długofalowe strategię marketingowe. Na początku roku 2001 WINIARY SA stały się częścią struktury Nestlé Polska SA.

## Produkt

Badania pokazują, że Polacy cenią sobie tradycyjne smaki, a w swych deklaracjach na przyszłość raczej nie planują zmiany kulinarnych przyzwyczajęń. Wyniki sprzedaży potwierdzają to, czego dowiedzieć się można z badań – największą popularnością cieszą się produkty o tradycyjnych smakach.

Wśród około 200 różnych produktów, jakie znajdują się w ofercie, niezaprzeczalnym hitem marki WINIARY jest Majonez Dekoracyjny, który

jest najchętniej kupowanym majonezem w Polsce. Ten popularny majonez, najczęściej dziś w Polsce używany do przyrządzania sałatek, dekorowania jaj, mięs, wędlin, kupowany jest przez 40% polskich gospodarstw domowych. W ponad połowie z nich jego zakupu dokonują się bardzo często, co świadczy o wysokiej lojalności wobec marki. Konsumenti doceniają tradycyjny polski smak tego majonezu, jego doskonałą konsystencję i wysoką jakość – trudno sobie wyobrazić, aby mogło go w kuchni zabraknąć.

Polacy w życiu codziennym cenią sobie czas i wygodę. Dania gotowe są bardzo pomocne w kuchni, bowiem pozwalają im ten czas zaoszczędzić, a jednocześnie umożliwiają przygotowanie szybkiego i dobrego posiłku. Polacy oczekują, by dania gotowe były zgodne z polskimi przyzwyczajeniami i gustami kulinarnymi, ale jednocześnie szybkie w przygotowaniu, a ich oferta powinna być zróżnicowana. Dlatego dużą popularnością kupujących cieszą się zupy – barszcz biały, barszcz czerwony, zupa grochowa oraz sos pieczeniowy.

Jednym z najczęściej używanych w polskiej kuchni produktów są kostki rosółowe. Marka WINIARY jest jednym z liderów na rynku bulionów. Większość polskich rodzin co najmniej raz na tydzień korzysta z kostek rosółowych WINIARY, używając ich do przygotowywania zup i sosów oraz potraw z ryżu, makaronu i kaszy. Ulubionym smakiem kostek bulionowych używanych przez Polaków jest bulion drobiowy.

Marka WINIARY przywiązuje dużą wagę do innowacyjności. Jako pierwsza wprowadziła na polski rynek buliony będące połączeniem smaków: rosół drobiowo-wołowy, rosół z kury, gęsi i indyka, a także rosół drobiowo-warzywny oraz rosół z dziczyzny.

Dużą część oferty marki WINIARY stanowią desery – galaretki, kisiele i budynie – które mają wśród Polaków rzeszę zwolenników. Polacy jedzą desery tradycyjne i nowoczesne – na zimno lub na gorąco, po obiedzie, na podwieczorek, z cukrem, owocami, konfiturami, bitą śmietaną. Marka WINIARY jest liderem na rynku deserów. Jako pierwsza zaoferowała konsumentom nowoczesne kisiele o unikalnym zestawie składników – z witaminami, ziarnami i owocami.

## Ostatnie wydarzenia

Druga połowa lat 90. była przełomowa dla marki WINIARY. Rodząca się gospodarka wolnorynkowa oraz wychodzenie naprzeciw potrzebom konsumenta spowodowały znaczącą zmianę



asortymentu i jakości produktów. Skoncentrowano się na najważniejszych grupach produktowych. Nakładem prawie 60 mln dolarów fabryka została rozbudowana, wyeliminowano nierentowne produkty, unowocześniono receptury i wprowadzono nowe. W procesie modernizacji wykorzystano z technologii, know-how i 130 lat doświadczeń szwajcarskiej firmy Nestlé.

Z firmy produkcyjnej WINIARY przekształciły się w przedsiębiorstwo rynkowe, dla którego najważniejsze stały się potrzeby konsumentów. Powołano specjalne zespoły degustacyjne, zespoły do spraw wprowadzania nowych produktów, a także opracowano długofalową strategię marketingową. W mediach zaczęły pojawiać się pierwsze profesjonalne kampanie reklamowe.

Aby utrzymać bliski kontakt z konsumentami, został utworzony Serwis Konsumenta WINIARY, który od 1997 roku odpowiada na wszelkie zapytania i wątpliwości kulinarne. Każdy konsument może kontaktować się z tym działem za pośrednictwem poczty, internetu oraz bezpłatnej linii telefonicznej 0 800 161 666. Serwis prowadzi również listowne akcje informacyjno-promocyjne.

W ramach Serwisu działa Klub WINIARY, który służy konsumentom pomocą i radą. Można w nim uzyskać bezpłatne przepisy kulinarne, informacje o promocjach i nowych produktach. Członkowie Klubu otrzymują nieodpłatnie magazyn *Kuchnia od Kuchni*, pełen porad kulinarnych, przepisów, informacji o nowościach i promocjach. Dla klubowiczów dostępny jest sklepik, w którym kody kreskowe można wymienić na prezenty.

## Promocja

Od 1999 roku strategia komunikacji marki została oparta na reklamowaniu poszczególnych grup produktowych. Głównymi przekazami komunikacyjnymi są dobry smak i najwyższa jakość składników – najważniejsze powody, dla których konsumenci wybierają tego typu produkty i przywiązują się do nich. Jakość składników jest przecież podstawowym wyznacznikiem jakości produktu.



Sposobem budowania wyobrażenia o smaku i jakości składników stały się światowej klasy zdjęcia żywności (dań, warzyw, przypraw, ziół itp.); jednocześnie poprawiono szatę graficzną opakowań produktów. Wszystkie receptury udoskonalono, co podkreślano było w reklamie. Hasło przewodnie marki: „WINIARY dobre pomysły – lepszy smak” zostało bardzo dobrze przyjęte przez Polaków.

Bardzo spójna komunikacja prowadzona przez ostatnie lata spowodowała, że w głównych kategoriach kulinarnych, takich jak np. zupy, majonezy i sosy, marka WINIARY jest rynkowym liderem. Strategia, którą realizowano dla selektywnie określonych grup produktowych, przyniosła wymierny sukces rynkowy. Najczęściej używane media to przede wszystkim telewizja oraz uzupełniająco prasa, radio i billboardy.

Oprócz licznych akcji promocyjnych, degustacji w sklepach i supermarketach, WINIARY prowadzi również wiele niecodziennych przedsięwzięć skierowanych do konsumentów.

Latem 2002 oraz 2003 roku prowadzona była akcja *Wielkie Gotowanie*. Obejmowała ona swoim zasięgiem liczne nadmorskie miejscowości turystyczne, przyciągając kilkadziesiąt tysięcy amatorów dobrej kuchni. W każdej miejscowości mistrzowie kuchni gotowali zupę w garnku, który mieścił 17,5 tys. porcji. Atrakcją był niewątpliwie Balon WINIARY, z którego przeprowadzano transmisje radiowe.

W 2003 roku akcja *Wielkie Gotowanie* odbywała się też w ziemi. Oprócz zup przygotowano również dania na ogromnej (7,5 tys. porcji) patelni. Jednorazowo do przygotowania tych dań zużyto około 5 ton produktów.



WINIARY to również marka wspierająca imprezy nietypowe. Mistrzostwa Polski w Ślizgu na Bełe Czym to jedno z takich przedsięwzięć. Podstawowym zadaniem zawodników biorących udział w tej zabawie było zbudowanie z dowolnego materiału oryginalnego pojazdu, na którym później zjeżdżają z górskiego stoku. Przez pięć kolejnych weekendów w scenarii śnieżnobiałych gór i stoków Ustronia, Czarnej Góry, Bytomia, Krynicy oraz Karpacza marka WINIARY promowała zdrowy styl życia oraz sportową



rekreację. Na miejscu imprez ekipa promocyjna obsługiwała specjalnie przygotowane miasteczko WINIARY, w którym oprócz degustacji odbywały się konkursy, prowadzona była szkoła narciarska, a także organizowano pokazy udzielania narciarzom przez GOPR pierwszej pomocy.

Cyklicznie prowadzona jest również loteria promocyjna *kostek bulionowych Zostań Bulionerem*. W najnowszej edycji (2004) konkursu 100 szczęśliwców – konsumentów bulionów WINIARY – wygra pensje na cały rok!

## Wartości marki

WINIARY to bliska polskiemu konsumentowi tradycyjna, rodzinna, polska marka. Oferuje wiele pomocnych w kuchni produktów oraz praktycznych pomysłów, które umożliwiają przygotowanie smacznych potraw zarówno w domu, jak i poza nim.

Marka WINIARY rozpoznawana jest przez 97% Polaków, a produkty z jej znakiem firmowym zajmują czołowe pozycje w większości segmentów rynku wyrobów kulinarnych. W cyklicznie przeprowadzanych z inicjatywy redakcji polskiej edycji miesięcznika *Reader's Digest* badaniach konsumenciech dotyczących zaufania do marek czytelnicy wielokrotnie uznawali WINIARY za najbardziej godną zaufania markę wyrobów spożywczych w Polsce. Ostatnie takie wyróżnienie WINIARY otrzymały w 2004 roku.

WINIARY to marka dbająca nie tylko o zaspokojenie potrzeb swoich konsumentów – smaczne, tradycyjne polskie potrawy w zasięgu ręki, ale stara się również wprowadzić do polskich domów ciepłą, rodzinną atmosferę. Fundamenty, na których marka WINIARY od lat buduje swój sukces, to smak i jakość oraz pomoc i dialog z konsumentem. WINIARY pełnią bowiem rolę zycziwego doradcy w przygotowaniu doskonałych dań zarówno kuchni tradycyjnej, jak i nowoczesnej.

## www.winiary.pl

### Czego nie wiedzieliście o marce

#### WINIARY

- Co roku sprzedawanych jest ponad 35 mln opakowań Majonezu Dekoracyjnego WINIARY.
- Gdyby ustawić jedno na drugim opakowania kostek Rosółu Drobiowego WINIARY spożywanego przez Polaków w ciągu jednego dnia, powstałaby wieża o wysokości przekraczającej Mount Everest.
- W okresie przedświątecznym tygodniowo sprzedawanych jest ponad milion opakowań barszczu białego oraz barszczu czerwonego marki WINIARY.