

LOYD

The Magic Experience

Marka LOYD to najwyższej jakości herbaty stworzone z myślą o koneserach i wymagających miłośnikach tego wyjątkowego napoju. Herbaty LOYD wytwarzane są z najlepszych surowców pochodzących z renomowanych plantacji herbacianych. Ich produkcja objęta jest rygorystyczną kontrolą jakości – od zakupu liści herbacianych do postawienia gotowego produktu na półce w sklepie. Mokate S.A., właściciel marki LOYD, jest jednym z liderów herbacianego rynku i wciąż umacnia swoją pozycję, działając zgodnie z hasłem: „Herbata to nasza pasja”.



Kontekst rynkowy

Polski rynek herbaty jest czwarty w Europie: po Irlandii, Wielkiej Brytanii i Rosji, a dziewiąty na świecie. Mokate SA, jako producent herbat z udziałami na rynku sięgającymi 20%, zajmuje pozycję wicelidera zarówno pod względem ilościowym, jak i wartościowym.

Marka LOYD jest obecnie liderem rynku w sprzedaży herbat liściastych czarnych (udział blisko 10%) oraz należy do ścisłej czołówki w kategorii Yunnan.

Najważniejsze atuty Grupy Mokate to nowoczesna produkcja oraz dobra znajomość rynku, w tym również rynku zagranicznego. Wszystkie trzy zakłady produkcyjne: w Ustroniu, Żorach i pod czeską Pragą, są znakomicie wyposażone i stale rozbudowywane. W produkcji przestrzegane są ściśle standardy jakościowe. W rezultacie firma dysponuje całym szeregiem certyfikatów krajowych i zagranicznych, ułatwiających ekspansję na najdalsze rynki świata.

Warto też zwrócić uwagę na sieć dystrybucyjną firmy. Lata jej konsekwentnej rozbudowy dziś owocują: w dziesięciu na dziesięć badanych sklepów można znaleźć przynajmniej jeden produkt Grupy Mokate. To unikalny wynik na rynku.

Oferta

LOYD to herbaty czarne, zielone, owocowe, rooibos, yerba mate oraz funkcjonalne. Co roku do portfolio marki wprowadzane są produkty innowacyjne, odpowiadające na potrzeby rynku. W 2016 roku na rynku pojawiły się m.in. herbatki „LOYD recepta na...” wspierające funkcjonowanie organizmu. Są to produkty najwyższej jakości, w zgrabnych piramidkach. Ich opakowania wyróżniają się na półce atrakcyjnym designem i znakomicie komunikują właściwości produktu.

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 wagę przywiązuje do jakości liści, co przekłada się na doskonały aromat i smak naparu. Tutaj nie ma mowy o przypadku – producent marki LOYD współpracuje z doświadczonymi kiperami, którzy skutecznie wspierają laboratoria firmy. To właśnie z myślą o klientach koneserach w ofercie znalazła się cała gama różnorodnych produktów najwyższej jakości, z tak cenionymi smakami, jak: Yunnan, Earl Grey, Ceylon, Assam. Herbaty i mieszanki oferowane są w formie liściastej i w torebkach ekspresowych w kształcie piramidki zapewniających optymalne warunki do zapa-



rzania liści herbacianych. Cała linia herbat sygnowanych marką LOYD charakteryzuje się także dbałością o jakość i estetykę opakowań.

Promocja Marki

Marka LOYD różnorodnie komunikuje się z rynkiem, posługując się zarówno tradycyjnymi kanałami komunikacji, jak i wybierając kreatywne działania promocyjne. Od dłuższego czasu LOYD wspiera szeroko pojętą kulturę, poczynając od imprez lokalnych, przez premiery filmowe, kino, teatr, operetkę, do opery, w tym spektakli wystawianych na deskach The Metropolitan Opera w Nowym Jorku i transmitowanych do najlepszych placówek kulturalnych w Polsce. Herbaty LOYD obecne były m.in. na premierze Tristana i Izoldy oraz Don Giovanniego

w Teatrze Studio w Warszawie, premierze filmu La La Land w kinie Atlantic i wielu innych.

Marka LOYD wspiera sportowców amatorów w cyklu turniejów szachowych Mokate Open, biegaczy startujących w imprezach organizowanych w Beskidach, a także organizatorów biegu o memorial Wandy Delong w Czeskim Cieszynie i Polski Związek Kulturalno-Oświatowy w Republice Czeskiej. To jedynie kilka przykładów wspomagania lokalnych inicjatyw po obu stronach granicy polsko-czeskiej.

Osiągnięcia

Rynek herbat premium, do których zaliczana jest marka LOYD, jest bardzo wymagający. Mokate, dzięki nowoczesnemu i stale rozbudowywanemu zapleczu produkcyj-

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- Nowe herbaty w piramidkach LOYD Black Tea uzyskały najwyższe noty kiperskie. Ich selekcja odbywa się w ściśle określonych warunkach i zazwyczaj jedna na sto prób zostaje zakwalifikowana do finalnego produktu. Ta selekcja czyni herbatę LOYD wyróżniającą się w skali światowej. Dodatkowo herbaty te mają certyfikat RAC (*Rainforest Alliance Certified*), przyznawany żywności, której powstanie nie wpływa negatywnie na przyrodę i ludzi.
- W segmencie herbat czarnych i Earl Grey firma Mokate S.A. opiera swą produkcję na recepturach i dostawach z legendarnego londyńskiego domu herbaty Thompson Lloyd & Eward, obecnego na rynku od 1760 roku.

nemu i innowacyjnej technologii, jest w stanie dostarczać na rynek produkty najwyższej jakości, zgodne z oczekiwaniami konsumentów. Potwierdzają to liczne nagrody i wyróżnienia.

Marka LOYD otrzymała w 2016 roku wyróżnienie w plebiscycie Złoty Paragon – Nagroda Kupców Polskich, organizowanym przez wydawcę miesięcznika „Hurt i Detal”, a w roku 2015 nagrodę główną. W tym samym roku otrzymała tytuł Created in Poland Superbrands.

Herbatki LOYD o smaku miodu manuka były w 2015 roku nominowane do nagrody Przeboje FMCG w konkursie organizowanym przez miesięcznik „Życie Handlowe”, a w 2014 roku cała linia herbat LOYD w piramidkach otrzymała brązową odznakę Perła Rynku FMCG 2014. Inicjatorami i organizatorami projektu są miesięczniki „Wiadomości Handlowe” i „Wiadomości Kosmetyczne”.

www.loydtea.pl



HISTORIA MARKI

- 1900** W miejscowości Dobra (Śląsk Cieszyński, dziś w granicach Republiki Czech) Alois Mokryš zakłada sklep z towarami kolonialnymi; herbata jest w Czechach tak popularna, że nie może jej zabraknąć w ofercie sklepu.
- 1927** Josef Mokryš (później Mokrysz) prowadzi sklep w Golezowie (Śląsk Cieszyński), a później również restaurację. Pod niezmienną nazwą rodzinny interes kontynuowany jest przez trzy następne pokolenia.
- 1990** Kazimierz Mokrysz, wnuk pierwszego właściciela, przekazuje firmę matzonce. Teresa Mokrysz zmienia nazwę na Mokate. Zmienia też profil firmy, która zaczyna produkować sztandarowe Mokate Cappuccino. Główną siedzibą firmy zostaje Ustroń.
- 2002-2003** W ofercie Grupy Mokate pojawiają się ponownie herbaty. Partnerem zostaje

legendarny, działający od 1760 roku, 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 w tym właśnie roku i trzech kolejnych latach zostaje znana piosenkarka Justyna Steczkowska.
- 2012** Ekspansja marki LOYD na polskim rynku poparta jest 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.

- 2014** Powstają nowe, ekskluzywne opakowania herbat liściastych i w piramidkach LOYD – w kształcie puszek ze szczelnym i wygodnym zamknięciem. Na rynku pojawia się nowa herbata LOYD – yerba mate, w dwóch wariantach smakowych. Justyna Steczkowska prezentuje poszczególne smaki herbat LOYD w kalendarzu na rok 2014 pod hasłem: „Magiczny horyzont smaków”.
- 2015** LOYD kontynuuje tworzenie nowych, zaskakujących smaków herbat. Na rynku pojawiają się herbatki LOYD o smaku miodu z krzewu manuka, z miętą i kwiatem pomarańczy, z żurawiną, maliną i imbirem i z cytryną, rumiankiem i kardamonem.
- 2016** Marka LOYD tworzy herbatki „LOYD recepta na...”, wspierające funkcjonowanie organizmu. W tym roku powstają również wyjątkowe herbaty LOYD w czerwonych opakowaniach – LOYD Black Tea.