

MOKATE

— A Family Business —

Mokate to firma rodzinna z tradycjami biznesowymi sięgającymi 1900 roku. Obecnie w prowadzenie zaangażowało się kolejne, czwarte już pokolenie rodziny Mokryszów. Rodzinny charakter firmy podkreśla logo Mokate, w którym znalazło się hasło „A Family Business”. Oferta firmy obejmuje szeroką gamę kaw, herbat i słodczy z tak znanymi markami, jak Caffetteria Mokate, Loyd czy Minutka. Grupa Mokate stawia na innowacyjność w technologii, produkcji i poszerzaniu asortymentu.



Kontekst rynkowy

Mokate działa w sektorze spożywczym, zajmując czołowe pozycje w ramach poszczególnych kategorii produktowych. Od lat jest niekwestionowanym liderem cappuccino w Polsce, a ekspresowa Minutka w opakowaniu 100 torebek jest najchętniej kupowaną herbatą w swojej kategorii w Polsce.

Osiągnięcia

W długiej historii Mokate zgromadziło wiele nagród, dla poszczególnych produktów, eksportu i firmy jako całości. Od lat do firmy trafia tytuł Lidera Polskiego Eksportu, przyznawany przez Stowarzyszenie Eksporterów Polskich. Produkty Mokate każdego roku otrzymują nagrody w branżowych konkursach. W 2016 roku w konkursie „Złoty Paragon” wyróżnienia otrzymały Cappuccino Caffetteria Mokate z magnezem oraz kawa ziarnista

Caffetteria Mokate Coffee Selected Africa. Wcześniej podobne nagrody przyznano Mokate Latte Classic w „duo-saszetce” i Mokate Cappuccino o smaku waniliowym. Marka Mokate trzykrotnie otrzymała również tytuł Superbrands Created in Poland.

Oferta

Mokate od ponad ćwierć wieku jest uznanym polskim producentem napojów gorących. Szeroki asortyment kaw i herbat cieszy się nieustającym, dużym powodzeniem. Wszystko zaczęło się od spektakularnej kariery Mokate Cappuccino na początku lat 90. Wtedy to Mokate wprowadziło na polski rynek nieznaną jeszcze napój w charakterystycznej złotej saszetce. Początek nie zapowiadał się dobrze – nic nie wskazywało, że cappuccino zdobędzie serca Polaków. Dopiero inwestycja rodzinnych oszczędności w telewizyjną reklamę okazała

się przysłowiowym strzałem w dziesiątkę, a sprzedaż zaczęła dynamicznie rosnąć.

Mimo upływu lat Mokate Cappuccino nadal pozostaje liderem w swojej kategorii produktowej. Choć w tym czasie w asortymencie pojawiło się wiele nowości i edycji limitowanych, to cały czas na topie pozostają sprawdzone, klasyczne smaki – waniliowy i cappuccino z magnezem. Pod koniec 2016 roku, wychodząc naprzeciw oczekiwaniom klientów, Mokate udoskonaliło recepturę i zaproponowało większą saszetkę z nowoczesnym designem. Szczególnie wyróżnia Mokate Cappuccino nowość – unikalna, wyjątkowo biała, puszysta pianka. W ofercie firmy znajdują się również popularne mieszanki kawowe 3 w 1 i 2 w 1 oraz szeroka oferta kaw rozpuszczalnych, mielonych i ziarnistych. Te ostatnie cieszą się coraz większym zainteresowaniem klientów. Nowa linia, w której skład wchodzi specjalnie dobrane ziarna z plan-



TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- Mokate od przeszło 25 lat jest liderem segmentu cappuccino w Polsce.
- Mokate jest jednym z największych w Europie producentów instantów.
- Mokate znalazło się w gronie dziesięciu najlepszych pracodawców Śląska w rankingu PulsHR.
- Mokate ma spółki w tak odległych krajach, jak Wietnam czy Pakistan.

tacji w Afryce, Ameryce Południowej i w Azji, to propozycja dla osób poszukujących konkretnych aromatów kawowych ziaren.

W pierwszej połowie 2015 roku nastąpiła największa zmiana wizerunkowa w historii firmy. Na sztandarowych

kawowych opakowaniach nazwę Mokate zastąpiła marka Caffetteria Mokate – jak wskazuje nazwa, ekspert od kawianianych przyjemności. Dziś jest ona dumą Mokate obejmującą poza klasycznym cappuccino m.in. prawdziwe trójwarstwowe latte. Bez użycia ekspresu, w maksymalnie pięć minut można przygotować doskonały, warstwowy napój – niczym ten z ulubionej kawiarni. To słodka klasyka w nowoczesnym wydaniu.

Ofertę Caffetterii dopełniają słodkie przekąski – owsianki, będące doskonałą propozycją na drugie śniadanie, czy ciasteczka Sweet Cookies, które idealnie dopełnią chwile przyjemności przy filiżance ulubionej kawy. Sklepową półkę uzupełniają produkty wybierane przez najmłodszych klientów – kawy zbożowe, kakao i czekolady na gorąco.

Dodatkowo ofertę Mokate wyróżnia wyjątkowa dbałość o stronę wizualną. Charakterystyczne opakowania i duże logotypy pozwalają łatwo odnaleźć ulubione produkty.

Promocja Marki

Każdego roku Mokate przeprowadza kampanie i akcje marketingowe promujące poszczególne linie produktów. Równolegle prowadzone są promocje marek, choćby



w trakcie różnego rodzaju wydarzeń kulturalnych czy sportowych. Nasze marki widać w trakcie premier na najważniejszych scenach teatralnych w Polsce. Promując zdrowy tryb życia, wspieramy zawody sportowe – maratony, zawody narciarskie i rowerowe. Mokate mocno zaangażowało się również w turnieje szachowe, głównie za sprawą prezesa firmy – dr. Adama Mokrysza.

www.mokate.com.pl



HISTORIA MARKI

- 1900** Josef Mokrysz otwiera pierwszy sklep w miejscowości Dobra, na terenie ówczesnych Czech.
- 1927** W Goleiszowie działa firma Mokrysz, której właściciele prowadzą rodzinny sklep, restaurację i betoniarnię.
- 1990** Kazimierz Mokrysz, wnuk pierwszego właściciela, przekazuje stery firmy żonie – Teresie, która zmienia profil działalności i nazwę na Mokate.
- 1992** Na rynku debiutuje Mokate Cappuccino.
- 1995** Otwarcie nowego zakładu produkcyjnego w Ustroniu. W ciągu roku produkcja podwaja się. W ofercie jest już ponad 100 pozycji asortymentowych, w tym czekolada do picia. Eksport obejmuje 10 krajów.

- 2000** W Ustroniu powstaje „wieża”, czyli oddział proshkowni rozpyłowej, który uniezależnia Mokate od importu komponentów do produkcji cappuccino.
- 2001** W Żorach Mokate otwiera kolejny zakład produkcyjny, również wyposażony w wieżę rozpyłową.
- 2003** Na rynku pojawia się NYCoffee.
- 2009** Mokate tworzy w pełni zintegrowaną grupę dziewięciu firm, z czego sześć ma siedziby poza granicami kraju. Eksport sięga 50% udziałów w sprzedaży firmy.
- 2010** Mokate zostaje autoryzowanym dystrybutorem marki Lavazza.

- 2012** W ofercie pojawia się linia Moje Inspiracje, ze sztandarowym produktem Latte – warstwową kawą w wygodnej „duo-saszetce”.
- 2013** Ukończono budowę trzeciej już wieży rozpyłowej w technologii Filter Mat.
- 2015** Mokate świętuje swoje 25 urodziny. W oferta kaw wzbogaciła się o linię ziarnistych Coffee Selected. W pierwszej połowie roku nastąpiła największa zmiana wizerunkowa w historii firmy. Na opakowaniach kawy markę Mokate zastąpiła Caffetteria Mokate.
- 2016** W logo firmy pojawia się zapis „A Family Business”, a na czele Mokate staje dr Adam Mokrysz – czwarte już pokolenie rodziny Mokryszów.