



MASZ TO W NATURZE

Marka Herbapol to doskonały przykład połączenia tradycji z nowoczesnością, która cieszy się tym, co najcenniejsze – zaufaniem konsumentów, doceniających wysoką jakość oraz smak oferowanych produktów. Czerpiąc z natury to, co najlepsze, Herbapol tworzy wyjątkowe produkty, które poza niepowtarzalnym smakiem dostarczają wielu pozytywnych emocji i przyjemności. Natura dla Herbapolu jest nie tylko źródłem najlepszych surowców, lecz także staje się inspiracją do tworzenia niepowtarzalnych połączeń i doznań smakowych, tak docenianych przez konsumentów.



Kontekst rynkowy

W ciągu 65 lat rozwoju marka Herbapol podbiła serca konsumentów i na dobre zagościła w polskich domach. Herbapol działa w sposób odpowiedzialny społecznie nie tylko poprzez poszanowanie środowiska naturalnego i przyrody, lecz także zaspokajając rosnące potrzeby konsumentów, wprowadzając nowoczesne produkty, nowe smaki oraz dbając o estetykę i funkcjonalność opakowań. Owocuje to zaufaniem, jakim konsumenci darzą markę Herbapol niezmiennie od wielu lat.

Markę wyróżnia również unikalny w skali Europy przyjazny i ekologiczny system pozyskiwania surowców ze stanu naturalnego w oparciu o własne punkty skupu. Te cechy oraz pasja, z jaką tworzone są produkty Herbapolu, pozwalają mimo agresywnej i międzynarodowej konkurencji zdobyć pozycję lidera w kategorii herbat smakowych, ziółowych oraz syropów owocowych.

Historia Marki

Chęć odtworzenia polskiej tradycji zielarstwa, dotkliwie doświadczonych przez lata wojny i okupacji, dała początek niezwykłej historii Herbapolu. W 1949 roku powstało w Warszawie przedsiębiorstwo państwowe Centrala Zielarska, a już 3 lata później dołączyły do niego ekspozytury wojewódzkie przekształcone na Zakłady Surowców Zielarskich, zajmujące się pozyskiwaniem i przetwórstwem ziół. Po połączeniu ich

z wytwórniami i hurtowniami w jedno przedsiębiorstwo powstały Zakłady Zielarskie Herbapol. Rozwój przedsiębiorstwa spowodował konieczność powiększenia infrastruktury magazynowo-produkcyjnej. W 1965 roku firma zyskała także nową siedzibę w Lublinie, w której do dziś mieści się centrala Herbapol-Lublin S.A.

Lata 1970-1980 to okres budowania i rozwijania oferty syropów spożywczych pod marką Herbapol. Wtedy to na rynku pojawił się pierwszy produkt firmy - Rosavit (syrop z owoców dzikiej róży), a następnie Sorbovit (syrop z owoców jarzębiny) oraz Aronivit (syrop z aronii). Wkrótce po nich Herbapol wzbogacił się o linię Arantovit, syropów produkowanych w kilku smakach. Ukoronowaniem tego wieloletniego doświadczenia są obecnie produkowane syropy spożywcze z linii Owocowa Spizarnia Unikalne Receptury. W latach 1970-1980 pojawiły się pierwsze Herbatki Lubelskie – produkt ceniony przez konsumentów oraz wielokrotnie nagradzany. Dzisiejszym następcą Herbatki Lubelskiej jest Herbacyany Ogród.

W 1992 roku Państwowe Lubelskie Zakłady Zielarskie Herbapol zostały przekształcone w Herbapol Lublin Sp. z o.o., a cztery lata później firma stała się spółką akcyjną, co pociągnęło za sobą zmianę nazwy na Herbapol-Lublin S.A. W 2000 roku Herbapol Lublin wszedł w skład grupy kapitałowej Jerzego Staraka, jednego z czołowych przedsiębiorców polskiego biznesu. Pojawiła się także jedna marka, wspólna dla wszystkich produktów: Herbapol – Esencja Natury (2001). W 2011 roku Herbapol przejął markę



Bio-Active (obecnie Big-Active), uzupełniając swoją ofertę skierowaną do młodszych konsumentów.

W 2012 roku Herbapol rozpoczął wdrażanie nowej strategii marketingowej pod hasłem „Masz to w naturze”. W 2014 roku marka wkroczyła w kolejny etap ewolucji, modyfikując swoją platformę komunikacji na „Przyjemność. Masz to w naturze”. Bazując na swoich mocnych stronach i kompetencjach marki godnej zaufania, na której konsumenci mogą polegać, zwraca uwagę na swoje walory naturalnego smaku produktów i kryjącą się za nim przyjemnością. Bo przyjemność każdy z nas ma w naturze.

Osiągnięcia

Herbapol jest wyjątkową marką, cenioną przez polskich konsumentów od pokoleń; marką, która dzieli się smakiem natury zamkniętym w butelce syropu, saszetce herbaty, a od niedawna również słoiku dżemu, konfitur i powideł. Uznanie konsumentów znajduje odzwierciedlenie w licznych nagrodach. Tylko w 2014 roku do przyznanych marce wyróżnień dołączyły m.in.:

- Superprodukt „Świata Kobiety” 2014 dla herbaty owocowej Herbacyany Ogród Malina.
- Złoty Paragon 2014 dla herbaty owocowej Herbacyany Ogród Malina.
- Przebojowy Produkt FMCG 2014 dla linii Herbacyany Ogród i syropu Owocowa Spizarnia Malina.
- Konsumentki Lider Jakości Debiut Roku 2014 dla Syropów Funkcjonalnych.
- Najlepszy Produkt Wybór Konsumentów 2014 dla syropu Owocowa Spizarnia Żurawina.
- Najlepszy Produkt Wybór Konsumentów 2014 dla herbaty owocowej Herbacyany Ogród Malina.
- Perła Rynku FMCG 2014 dla linii herbat Herbacyany Ogród.

Oferta

W ofercie marki Herbapol znajduje się bogata gama herbat, syropów owocowych oraz dżemów i konfitur.

Nowa odsłona Herbacianego Ogrodu doskonale potwierdza dbałość o to, aby spełniać oczekiwania nawet najbardziej wymagających konsumentów i nie ustawać w poszukiwaniu nowych rozwiązań i połączeń smakowych. Herbacyany Ogród z dużymi smaczными kawałkami owoców to w 100 proc. naturalne składniki. Owoce są starannie wyselekcjonowane, a następnie ręcznie pakowane z wyjątkową starannością. Dzięki dużym kawałkom owoców herbata jest wyjątkowo smaczna. W każdej ręcznie pakowanej torebce zamknięta jest prawdziwa esencja smaku maliny, dzikiej róży, żurawiny, aronii, jeżyny czy jagody. Herbaty owocowe nie zawierają kofeiny ani teiny, dlatego mogą być pite w dowolnej ilości o każdej porze dnia. Różnorodność smaków sprawia, że to doskonały napój dla wszystkich członków rodziny, a także smaczna i naturalna alternatywa dla słodkich napojów. Są świetne do picia zarówno na gorąco, jak i na zimno.

Syropy Herbapol to smak dojrzałych soczystych owoców zamknięty w szklanej butelce. Dzięki wyjątkowym kompozycjom smakowym sprawdzają się we wszystkich okolicznościach i o każdej porze roku. Dodane do herbaty rozgrzewają, a podawane w ciepłe dni z wodą tworzą prawdziwie owocowy napój orzeźwiający. Niezastąpione w każdej kuchni jako dodatek do koktajli i smacznych deserów.

W portfolio Herbapolu znajduje się również linia Zielnik Polski, którą tworzą najwyższej jakości herbaty ziołowe, do których surowiec pozyskiwany jest z najczystszych regionów Polski.

Promocja Marki

Przez ponad 65 lat istnienia na polskim rynku, Herbapol ugruntował swój wizerunek marki eksperckiej, sięgającej po największe skarby natury, propagującej ideę zdrowego stylu życia, a także oferującej wysokiej jakości, naturalne i przede wszystkim smaczne produkty. W 2012 roku firma postanowiła pójść o krok dalej, koncentrując się na najważniejszych aspektach naszej natury – nie tylko w odniesieniu do otaczającej przyrody, lecz także wartości i tradycji

rodziny, przekazywanych z pokolenia na pokolenie. Zainaugurowana pod hasłem „Masz to w naturze” nowa strategia oraz platforma komunikacji bazowała na podkreśleniu ponadczasowego charakteru marki, przy jednoczesnym komunikowaniu wartości i emocji, uniwersalnych dla wszystkich ludzi, bez względu na ich wiek czy status.

W 2015 roku strategia została wzbogacona o jeszcze jeden bardzo istotny element – smakowitość i apetyczność produktów, płynącą prosto z natury przy jak najmniejszym stopniu przetworzenia. Nowa platforma komunikacji „Przyjemność. Masz to w naturze” skupia się na podkreśleniu przyjemności towarzyszącej ich spożyciu, którą można – a nawet trzeba – sprawić sobie każdego dnia. Jako marka rodzinna, Herbapol zachęca również do dzielenia się wyjątkowym smakiem swoich produktów z najbliższymi, poprzez wspólne celebrowanie ważnych chwil, rozmowy i zabawy.

Koncentracja na aspektach przyjemnościowych w komunikacji tworzy z marki Herbapol nie tylko markę zdrową i ekspercką, lecz także apetyczną i niezwykle smakowitą. Dowodem zmian jest, oprócz bardzo smakowitych reklam, olbrzymie zaangażowanie konsumentów w nowe formy komunikacji w mediach społecznościowych. Pyszny smak płynący z naturalnych i lokalnych produktów podkreślają także działania promocyjne z ambasadorem marki, Tomkiem Jakubiakiem.

Ostatnie wydarzenia

W październiku 2014 roku portfolio marki rozszerzyło się o nową linię produktów dżemowych. W jej skład weszło 11 dżemów, powideł i konfitur stworzonych na bazie najsmaczniejszych odmian polskich owoców. Ambasadorem produktów został Tomek Jakubiak – kucharz, dziennikarz prowadzący program „Jakubiak Lokalnie” oraz gospodarz i szef kuchni restauracji Gar Jakubiaka, znany ze swojego ogromnego zamiłowania do produktów lokalnych oraz tradycyjnej polskiej kuchni. Wraz z Herbapolem zachęca do kulinarnych eksperymentów i odkrywania całkiem nowych zastosowań produktów dżemowych.

www.herbapol.com.pl



TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- Wszystkie herbaty owocowe z linii Herbacyany Ogród Herbapol pakowane są ręcznie. Do każdego opakowania dołączany jest również specjalny liścik z podpisem pani, która osobiście pakowała daną herbatę.

- Herbapol współpracuje z pasjonatami sztuki zielarskiej w całej Polsce, którzy swoją ogromną pasją zarażają młodsze pokolenia. Najmłodszy instruktor Herbapolu ma 16 lat doświadczenia. Ich kompetencje, osobiste historie oraz ogromne zamiłowanie do swojej pracy pokazane zostały w materiale filmowym „U źródeł natury”, dostępnym na kanale marki na YouTube.

- Dżemy i konfitury wiśniowe Herbapol produkowane są z wyjątkowej odmiany tego owocu – wiśni Nadwiślanki. Jej wyjątkowo słodki smak i esencjonalność tworzą niepowtarzalną jakość potwierdzoną znakiem „Chroniona nazwa pochodzenia”.