

Minutka

dla Bliskich

Marka Minutka to ekonomiczne herbaty ekspresowe wytwarzane z najwyższej jakości liści herbacianych pochodzących z renomowanych plantacji oraz ziół i owoców pozyskiwanych od sprawdzonych kontrahentów. Portfolio marki składa się z herbat czarnych, zielonych, owocowych i mieszanek. Minutka lubiana jest przez większość Polaków za doskonały stosunek jakości do ceny. Rekordy sprzedaży bije zwłaszcza herbata czarna ekspresowa Minutka w opakowaniu 100 torebek. Mokate SA, właściciel marki Minutka, jest jednym z liderów herbacianego rynku i wciąż wzmacnia swoją pozycję, działając zgodnie z hasłem „Herbata to nasza pasja”.



Kontekst rynkowy

Herbata należy w Polsce do najpopularniejszych napojów – aż 98 proc. Polaków deklaruje jej regularne spożywanie. Statystycznie wypijamy jeden kubek herbaty dziennie, a rocznie zużywamy na napar ok. 1 kg liści herbaty na osobę. Przed nami w Europie jest jedynie Irlandia (2,18 kg), Wielka Brytania (1,93 kg) oraz Rosja (1,38 kg). Polacy najczęściej wybierają czarną herbatę (prawie 60 proc.), owocowe i ziołowe (około 20 proc.), earl grey (10 proc.) i zieloną (8 proc.). Najważniejsze atuty grupy Mokate to nowoczesna produkcja oraz dobra znajomość rynku, w tym również rynku zagranicznego. Wszystkie trzy zakłady: w Ustroniu, Żorach i pod czeską Pragą są znakomicie wyposażone i stale rozbudowywane. W procesie produkcji stosowane są bardzo wysokie 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 zaowocowały tym, że dziś w 9 na 10 badanych sklepów można znaleźć przynajmniej jeden produkt grupy Mokate. To jeden z najwyższych wskaźników na rynku.

Historia Marki

W 1900 roku w miejscowości Dobra (Śląsk Cieszyński, dziś w granicach Republiki Czeskiej) Alois Mokryš założył sklep z towarami kolonialnymi. Herbata była wówczas w Czechach tak popularna, że nie mogło jej zabraknąć w ofercie sklepu. Herbatę sprzedawał też Josef Mokryš (później Mokrysz), który od 1927 roku prowadził w Goleszowie (Śląsk Cieszyński) sklep, a później również i restaurację. Pod niezmienną nazwą rodzinny interes kontynuowany był przez trzy następne pokolenia.

W 1990 roku Kazimierz Mokrysz, wnuk pierwszego właściciela, przekazał firmę małżonce. Teresa Mokrysz zmieniła jej nazwę na Mokate, a nową siedzibą został Ustroń. W 2002 roku w ofercie grupy Mokate, po 102 latach, pojawiły się herbaty – partnerem został legendarny, działający od 1760 roku, londyński dom herbaty – Thompson Lloyd

& Ewart. Rok później zmieniono design opakowań herbat – na bardziej funkcjonalny i nowoczesny. W 2005 roku firma przejęła czołowego producenta herbaty w Czechach – firmę DUKAT. W 2010 roku Mokate zwiększyło swe udziały w rynku herbat – zostało wiceliderem, a w kolejnym roku nowa Minutka utrzymała pozycję najpopularniejszej w grupie herbat i poszerzyła asortyment. W 2011 roku ziołowe herbatki Mokate zajmowały już ¼ krajowego rynku w tej kategorii.

W 2013 roku w fabryce w Ustroniu powstał nowoczesny magazyn, pozwalający przechowywać w idealnych warunkach mieszanki herbaciane. Zakład został doposażony w nowoczesne linie i urządzenia pakujące. W 2014 roku na rynku pojawiły się nowe odmiany popularnej Minutki m.in. czarna herbata ekspresowa z dodatkiem cytryny, kwiatu lipy, miodu i witaminy C. Dziennik „Rzeczpospolita” opublikował Ranking Najcenniejszych Polskich Marek 2014 – Minutka została dobrze oceniona w kategorii „postrzegana wartość” – konsumenci docenili dobrą jakość produktów sygnowanych marką Minutka w stosunku do ich atrakcyjnych cen.

W 2010 roku Minutka znalazła się w pierwszej trójce najlepszych i najbardziej dochodowych produktów FMCG z punktu widzenia detalistów. Badania z cyklu „Towar Roku 2010” przeprowadziła firma Millward Brown SMG/KRC na zlecenie wydawcy

Osiągnięcia

Rynek herbat ekonomicznych, do których zaliczana jest marka Minutka, jest bardzo wymagający i konkurencyjny. Mokate, dzięki nowoczesnemu i stale rozbudowywanemu zapleczu produkcyjnemu i innowacyjnej technologii, jest w stanie dostarczać na rynek produkty najwyższej jakości, zgodne z oczekiwaniami konsumentów. Potwierdzają to liczne nagrody i wyróżnienia.

W 2010 roku Minutka znalazła się w pierwszej trójce najlepszych i najbardziej dochodowych produktów FMCG z punktu widzenia detalistów. Badania z cyklu „Towar Roku 2010” przeprowadziła firma Millward Brown SMG/KRC na zlecenie wydawcy



czasopisma „Detal Dzisiaj”. W konkursie „Towar Roku 2010” w kategorii herbaty detaliści wymienili 52 towary. Za jedną z najzyskowniejszych uznali herbatę Minutka. Produkt zajął trzecie miejsce w kategorii supermarketów, dużych, średnich i małych sklepów spożywczych oraz zlokalizowanych na wsi, w miastach do 100 tys. i w miastach od 100 do 250 tys. mieszkańców.

W 2011 roku Minutka zdobyła tytuł Produkt Roku 2011, a w 2012 roku Minutka – herbata czarna ekspresowa w opakowaniu zawierającym 100 saszetek – zajęła 1. miejsce w konkursie Złoty Paragon w kategorii Lider Sprzedaży (spośród wszystkich zgłoszonych do konkursu herbat czarnych, czarnych aromatycznych, białych, zielonych i czerwonych). Minutka – herbata owocowa ekspresowa z maliną, truskawką i granatem – zdobyła w tym konkursie wyróżnienie w kategorii herbat funkcjonalnych i owocowych.

W 2013 roku czarna herbata ekspresowa Minutka otrzymała tytuł Przebój FMCG 2013 w konkursie „Życia Handlowego”. Czytelnicy „Hurtu i Detalu” wyróżnili nagrodą Złoty Paragon – Nagroda Kupców Polskich herbatę ekspresową Minutka. W 2014 roku marka Minutka otrzymała tytuł Created in Poland Superbrands.

Na początku 2015 roku branżowy portal internetowy www.poradnikhandlowca.com.pl poinformował, że produkowana przez Mokate czarna herbata ekspresowa Minutka w opakowaniu zawierającym 100 torebek jest najchętniej kupowaną herbatą w Polsce – potwierdzają to badania przeprowadzone przez agencję Nielsen [Nielsen, „Panel Handlu Detalicznego, cała Polska, sprzedaż ilościowa w okresie grudzień 2013–listopad 2014 w kategorii herbat, rynek z wyłączeniem marek własnych”].

Oferta

Mokate, tworząc z pasją herbaty, pamięta o podstawowym hasle Minutki – „Dla Bliskich”. Dobrze wie, że herbata to wymagający produkt, a także zdaje sobie sprawę z odpowiedzialności, jaką niesie ze sobą hasło „Dla Bliskich”. Dlatego, wytwarzając swoje Minutki, kieruje się wiedzą, doświadczeniem i cierpliwością. Pomaga mu w tym pasja do herbaty. Warto podkreślić, że firma opiera swą produkcję herbacianą na recepturach i dostawach z legendarnego londyńskiego domu herbaty – Thompson Lloyd & Ewart, obecnego na rynku od 1760 roku.

Herbaty Minutka są od lat jednymi z najlepiej sprzedających się herbat w Polsce. Linia Minutek składa się z herbat czarnych, zielonych, earl grey i kilku wariantów owocowych, m.in.: o smaku wiśni z żurawiną i granatem oraz z dziką różą, maliną i żurawiną. Owocowe Minutki zawierają np. suszone owoce i sok owocowy.

Wysoką jakość oferowanych herbat gwarantują między innymi najnowocześniejsze maszyny do porcjowania herbat oraz ostre kryteria jakościowe przy doborze stosowanych surowców. Monitoring obejmuje cały cykl produkcyjny, rozpoczynając od źródła, czyli upraw, poprzez zbiór i transport do fabryki.

Promocja Marki

Marka Minutka, kierując się hasłem „Dla Bliskich”, przeprowadziła w ciągu kilkunastu lat istnienia wiele akcji promocyjnych skierowanych do całych rodzin. Wśród nich największy odzew wzbudził konkurs „Super Mama”. Polegał on na tworzeniu przez dzieci rysunków, wierszy, prac plastycznych, a w ostatniej edycji – prac multimedial-

nych, które miały przekonać, dlaczego ich mama zasługuje na tytuł „Super Mamy”. Wszystkie nadesłane prace pokazywały ogrom i szczerą dziecięcą uczuciowość, a w wielu przypadkach – niczym nieograniczoną dziecięcą wyobraźnię. Z Laureatkami konkursu Minutka ma kontakt do dziś, choć od pierwszej edycji upłynęło już kilka lat. Minutka była prekursorem product placement w produkcjach telewizyjnych. Wystąpiła między innymi w programach: „Jaka to melodia?”, „Familiada”, „Pytanie na śniadanie” i serialach: „Na Wspólnej”, „Klan”, „Blondynka”, „Ranczo”, „Nad rozlewiskiem” i „Ojciec Mateusz”.

Herbaty owocowe Minutka, wspierając społeczność lokalną, goszczą często na stołach najmłodszych – marka obecna była na festiwalach przedszkolnych m.in. w Czechowicach-Dziedzicach, Bażanowicach i Pogwizdowie. Sponsorowała festyn integracyjny „Dzieci – dzieciom, dzieci – rodzicom” w Ustroniu, warsztaty tematyczne zorganizowane przez Stowarzyszenie Vides w Istebnej i imprezę „XI Tyskie Dni Suzuki”, która odbyła się gościnnie w Ustroniu. Częstowali się nią najmłodszy uczestnicy imprez sportowych – turniejów szachowych z cyklu Mokate Open, Europejskiego Pikniku Rowerowego na Trójstyku, „Biegu o wiślańską krykę” czy biegu „O Istebniański Bruclik”. Marka Minutka była obecna również na premierze animowanej komedii „Siedmiu krasnoludków ratuje Śpiącą Królową” w warszawskiej Kinotece oraz premierze „Królowej Śniegu” w Teatrze Polskim w Warszawie.

Marka Minutka przygotowała ostatnio wielką akcję promocyjną wraz z siecią telefonii komórkowej Plus. Wystarczy kupić jedno promocyjne opakowanie wybranej Minutki, by przez 3 dni rozmawiać za darmo ze wszystkimi abonentami sieci komórkowych – oczywiście po spełnieniu wymogów regulaminu.

Działania promocyjne wspierane są przez reklamy w prasie, działania PR i aktywność w internecie – na Facebooku oraz stronie internetowej www.minutka.pl, gdzie znajduje się wiele interesujących niespodzianek dla najmłodszych: poczynając od interaktywnych gier, po niezwykle opis powstania herbaty – od ziarenka do kubka na rodzinnym stole. Co najważniejsze, strona przygotowana została we współpracy z psychologami dziecięcymi i behawiorystami, dlatego też wszystkie zamieszczone na niej gry są bezpieczne, edukacyjne i rozwijają kreatywność.

Ostatnie wydarzenia

W 2015 roku powstała nowa strona internetowa www.minutka.pl zawierająca między innymi treści przygotowane specjalnie dla dzieci. W tym samym czasie ruszyła wielka kampania promocyjna Minutki z siecią telefonii komórkowej Plus.

www.minutka.pl



TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- Minutka to jedna z trzech najbardziej popularnych herbacianych marek w Polsce.
- Każdego roku portfolio marki wzbogaca się o nowe produkty – ostatnio na rynku pojawiły się Minutki owocowe z jeżyną i maliną, maliną i truskawką oraz wiśnią i żurawiną.
- Statystyczny Polak wypija jeden kubek herbaty dziennie, a rocznie zużywa na przygotowanie naparu ok. 1 kg liści herbaty na osobę.