

# MOKATE



Marka Mokate powstała w 1990 roku. Początki Mokate są ściśle związane z cappuccino instant, które w bardzo krótkim czasie zdobyło serca Polaków i stało się synonimem marki. Obecnie Mokate to szeroki asortyment innowacyjnych specjalności kawowych i czekoladowych. Produkty Mokate powstają dzięki zaawansowanym technologiom produkcyjnym oraz strategii zarządzania jakością zorientowanej na spełnienie wysokich oczekiwań konsumenta. Mokate jest polską marką rozpoznawalną niemal na całym świecie.



## Kontekst rynkowy

Grupę Mokate tworzy 9 firm w kraju i zagranicą. Z fabryk w Ustroniu, Żorach i Voticach pod Pragą trafia dziś na wszystkie kontynenty kilkaset produktów. W obrotach grupy bardzo istotną rolę odgrywa eksport. Szczególnie wysoką dynamiką wyróżniają się Czechy, Węgry i Słowacja oraz kraje południa Europy. Drugim istotnym obszarem intensywnej sprzedaży produktów Mokate są kraje Bliskiego Wschodu.

## Historia Marki

Podczas tworzenia nazwy Mokate posłużono się konstrukcją słowną opartą na nazwisku i imionach współwłaścicieli – MOKrysz KAZimierz TEresa. W tym samym roku rozpoczęto produkcję pierwszego produktu sygnowanego logo marki – śmietanki do kawy Carmen. W 1992 roku oferta marki poszerzyła się o Mokate Cappuccino, a wprowadzenie produktu wsparte było kampanią telewizyjną, która edukowała kon-







sumentów, jak w prosty sposób przygotować wysmienite cappuccino. Po dwóch latach Mokate Cappuccino opanowało polski rynek. W tym samym czasie firma zawarła też pierwsze kontrakty eksportowe. W 1994 roku w ofercie marki było już ponad 100 pozycji asortymentowych, w tym czekolada do picia.

W 2003 roku sklepowe półki zdobył nowy produkt instant NYCoffee 3w1, czyli kawa zabieleniana i cukier w jednej poręcznej saszetce. W 2009 roku w ofercie Mokate pojawiły się kawy ziarniste i mielone, pochodzące z nowoczesnej palarni w Czechach. Górną półkę zajęł w sklepach kolejny produkt Mokate - kawa Global. Mokate rozpoczęło także dystrybucję marki Lavazza, w 2009 roku. W 2012 roku na rynku pojawiała się innowacja Mokate – Moje Inspiracje, czyli specjalności kawiarniane Cafe Mocha i Cafe Macchiato. Rok później Mokate rozszerzyło linię Moje Inspiracje o: Cafe Cappuccino, Choco Duo, Ice Latte i Latte Poranne oraz rozpoczęło kampanię reklamową „Jak z ulubionej kawiarni”. W ofercie pojawia się także kolejna innowacja produktowa – Yogo Crunch – owocowy mus jogurtowy i crunch w poręcznej duo saszetce.

Rok 2014 to dla marki czas ważnych zmian. Jako Caffetteria Mokate marka rozszerzyła swoje kompetencje, obejmując zarówno kategorię kaw, jak i deserów.

### Osiągnięcia

Za wybitne osiągnięcia na zagranicznych rynkach Stowarzyszenie Eksporterów Polskich uhonorowało Mokate Sp. z o.o. tytułem Lidera Polskiego Eksportu 2011.

W 2013 roku marka Mokate zdobyła tytuł Marki Wysokiej Reputacji w ramach badania PremiumBrand. Srebrny medal w konkursie Najlepszy Produkt 2014 został przyznany napojowi czekoladowemu Choco Duo. Najlepszym produktem 2014 okazał się Latte Classic, zdobywając dwa wyróżnienia: tytuł Przebój FMCG przyznawany przez „Życie Handlowe” oraz nagrodę Złoty Paragon przyznawaną przez magazyn „Hurt i Detal”. W tym samym roku Mokate Yogo Crunch został uhonorowany Złotym Laurem Konsumenta.

Mokate jest marką aktywnie zaangażowaną w działalność charytatywną. W 2012 roku zainicjowała kampanię społeczną „Sekrety życia” na rzecz Federacji Stowarzyszeń „Amazonki”.

### Oferta

Mokate tworzy unikalne, innowacyjne receptury i smaki, które zadowolą każdego konsumenta. Firma specjalizuje się w produkcji kaw i deserów. Do najbardziej znanych należy cappuccino z najszerzym na rynku asortymentem smaków. Niemniej znane są miksy kawowe 3w1 i 2w1, napoje czekoladowe Choco Dream, śmietanki do

kawy Carmen i kakao Tigo. Mokate wprowadziło na rynek zupełnie nowy, innowacyjny produkt – Latte warstwowe do przygotowania w domu, bez użycia ekspresu. Dodatkowo ofertę w segmencie Cappuccino rozszerzyła, charakteryzująca się wyjątkowo białą pianką, linia saszetek 18 g.

### Promocja Marki

Marka Mokate jako jedna z pierwszych polskich marek promowała się w mediach i silnie skojarzyła się z kategorią cappuccino. Dzisiaj markę Mokate zna 69 proc. konsumentów, a kategoria Mokate Cappuccino ma największą grupę lojalnych odbiorców - jest ich ponad dwa razy więcej od najbliższej marki konkurencyjnej [Badanie U&A, IQS & Quant 2013].

### Ostatnie wydarzenie

Na początku 2015 roku firma Mokate poszerzyła portfolio o nowy produkt z kategorii przekąsek śniadaniowych, wprowadzając Owsianki. Produkty dostępne są w trzech wariantach smakowych zapakowanych w poręczne kubki, dzięki którym w każdej chwili można cieszyć się smakiem pysznej przekąski.

Nowością jest również linia kaw Coffee Selected. Dzięki wyjątkowemu procesowi selekcji ziaren, stworzono mieszanki charakterystyczne dla regionów Afryki, Azji i Ameryki. Głęboki aromat i pianka crema powstająca na powierzchni kawy dodatkowo nadaje linii aksamitny i harmonijny smak.

[www.mokate.com.pl](http://www.mokate.com.pl)



## TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- Marka Mokate ma już 25 lat.
- Jest obecna w ponad 60 krajach świata.
- Marka obecna jest w 11 kategoriach produktowych.
- Rocznie konsumenci wypijają ponad 100 mln filiżanek cappuccino.
- W 2009 roku Instytut Nauk Ekonomicznych PAN zaliczył Mokate do grona 21 najbardziej innowacyjnych firm w Polsce.
- Profil Kocham być Kobieta na portalu Facebook ma już dziesiątki tysięcy użytkowników, którzy dzielą się swoimi pomysłami i przepisami na wykorzystanie produktów Mokate.
- W 2014 roku Mokate uzbierało aż 325 000 punktów PAYBACK, które przeznaczyło na 3250 szt. pajacyków – posiłków.