



LOYD to najwyższej jakości herbaty tworzone z pasją dla koneserów i miłośników tego wyjątkowego napoju. Powstają z najlepszych liści herbacianych zbieranych na renomowanych plantacjach. Produkcja herbat LOYD objęta jest rygorystyczną kontrolą jakości. Mokate SA, właściciel marki LOYD, jest jednym z liderów herbacianego rynku i wciąż umacnia swoją pozycję, działając zgodnie z hasłem: „Herbata to nasza pasja”.



Kontekst rynkowy

Herbata w Polsce jest napojem niemal narodowym. Polacy są na czwartym miejscu w Europie pod względem jej spożycia, zaraz za Irlandią, Wielką Brytanią i Rosją. W skali świata zajmują miejsce dziewiąte. Mokate SA, jako producent herbat LOYD, jest wiceliderem rynku pod względem ilościowym i wartościowym. Najważniejsze atuty Grupy Mokate to nowoczesna produkcja oraz dobra znajomość rynku, w tym rynku zagranicznego. Wszystkie trzy zakłady produkcyjne (w Ustroniu, Żorach i pod czeską Pragę) są znakomicie wyposażone i stale rozbudowywane. W produkcji przestrzegane są ściśle standardy jakościowe. W efekcie firma dysponuje szeregiem certyfikatów krajowych i zagranicznych, ułatwiających ekspansję na najdalsze rynki świata.

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 2017 r. firma wdrożyła kolejne standardy jakości i certyfikacji: Rainforest Alliance, UTZ, Kosher i niezwykle cenna Organic/Eco. Poza tym odnowiono m.in. herbaty zielone z pomarańczą i mandarynką, z cytryną i trawą cytrynową, o smaku maliny oraz z miętą i bławatkiem. LOYD jest wiceliderem w kategorii herbat w piramidkach, które produkowane są z neutralnego smaku, odnawialnego i biodegradowalnego materiału PLA. Umożliwiają użycie długich liści herbaty, dotąd stosowanych wyłącznie w herbatkach liściastych. Z kolei przestrzenność piramidki ułatwia cyrkulację

wody i jej dostęp do suszu, dzięki czemu herbaciany napar ma prawdziwie głęboki smak. Marka LOYD w swojej ofercie ma ponadto herbaty liściaste preferowane przez niektórych koneserów. Są to mieszanki najwyższej jakości, z tak cenionymi smakami, jak Yunnan, Earl Grey, Ceylon, Assam. Dostępne są w formie liściastej i w torebkach ekspresowych w kształcie piramidek. Cała linia herbat sygnowanych marką LOYD cechuje się także dbałością o jakość i estetykę opakowań.

Osiągnięcia

Mokate, dzięki nowoczesnemu i stale rozbudowywanemu zapleczu produkcyjnemu oraz innowacyjnej technologii, dostarcza na rynek produkty najwyższej jakości, zgodne z oczekiwaniami konsumentów. Potwierdzają to liczne nagrody.



retkę, 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 „Eugeniusza Oniegina” w Teatrze Studio w Warszawie czy premierze musicalu „Piloci” w Teatrze Muzycznym Roma w Warszawie. LOYD wspiera też sportowców amatorów w cyklu turniejów szachowych Mokate Open, organizatorów biegu o memoriał Wandy Delong w Czeskim Cieszynie i Polski Związek Kulturalno-Oświatowy w Republice Czeskiej, który m.in. organizuje Bal Gorolski w Mostach koło Jabłonkowa. To jedynie kilka przykładów zaangażowania w lokalne inicjatywy po obu stronach granicy polsko-czeskiej.

www.loydtea.pl



Przykładowo w ubiegłym roku marka LOYD została wyróżniona w plebiscycie Złoty Paragon 2017 – Nagroda Kupców Polskich (LOYD Classic oraz LOYD Maliny i Truskawki), a w 2018 r. nagrodzona tytułem Superbrands Polska Marka (po raz kolejny w ciągu ostatnich lat). Wspólnie z innymi markami Grupy Mokate marka LOYD otrzymała tytuł m.in. Lider Polskiego Eksportu, Lider Rynku Spożywczego i Wybitny Eksporter Roku 2017.

Promocja marki

Marka LOYD komunikuje się z rynkiem, posługując się tradycyjnymi kanałami komunikacji i wybierając kreatywne działania promocyjne. Ponadto od dłuższego czasu wspiera kulturę, poczynając od imprez lokalnych, przez premiery filmowe, kino, teatr, ope-

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

The London Tea History Association to prestiżowe stowarzyszenie, które za cel postawiło sobie dokumentowanie historii herbaty i wkładu Wielkiej Brytanii w rozwój branży herbacianej. Od 2017 r. jego członkiem jest marka LOYD.

9 NA 10

W tylu badanych sklepach można znaleźć przynajmniej jeden produkt Grupy Mokate. To unikatowy wynik na rynku – rezultat wieloletniej i konsekwentnej rozbudowy sieci dystrybucyjnej marki.

HISTORIA MARKI

- 1900** W miejscowości Dobra (Śląsk Cieszyński, dziś w granicach Republiki Czech) Alois Mokryś założył sklep z towarami kolonialnymi.
- 1927** Josef Mokryś (później Mokrysz) otworzył podobny sklep w Golezowiu (Śląsk Cieszyński), a później też restaurację. Rodzinny interes kontynuowany był przez trzy następne pokolenia.
- 1990** Kazimierz Mokrysz, wnuk pierwszego właściciela, przekazał firmę małżonce, Teresie Mokrysz zmieniając nazwę firmy (na Mokate) oraz jej profil – marka skupiła się na produkcji Mokate Cappuccino.
- 2002–2003** W ofercie Grupy Mokate pojawiły się ponownie herbaty. Partnerem został legendarny, działający od 1760 r., londyński Dom Herbaty – Thompson Lloyd & Ewart.

- 2005** Mokate przejęło czołowego producenta herbaty w Czechach – firmę Dukat.
- 2011** Ambasadorką herbat LOYD została piosenkarka Justyna Steczkowska.
- 2012** Ekspansja LOYD na polskim rynku, poparta jedną z największych kampanii reklamowych Mokate.
- 2013** Podczas festiwalu mody Alta Roma Alta Moda w Rzymie marka LOYD została partnerem strategicznym pokazu najnowszej kolekcji projektantki z Polski Natasy Pavluchenko.
- 2014** Powstały ekskluzywne opakowania herbat liściastych i w piramidkach LOYD – w kształcie puszek ze szczelnym i wygodnym zamknięciem; premiera nowej herbaty LOYD – yerba mate, w dwóch wariantach smakowych.

- 2015** Premiera smakowych herbat LOYD: o smaku miodu z krzewu manuka, z miętą i kwiatem pomarańczy, z żurawiną, maliną i imbirem i z cytryną, rumiankiem i kardamonem.
- 2016** Premiera herbat „LOYD recepta na...” wspierających funkcjonowanie organizmu i wyjątkowych herbat w czerwonych opakowaniach – LOYD Black Tea.
- 2017** Nowa kampania reklamowa LOYD ruszyła w mediach w Polsce i aż na dziewięciu zagranicznych rynkach. W tym samym roku marka wdrożyła kolejne standardy jakości i certyfikacji: Rainforest Alliance, UTZ, Kosher i Organic/Eco.