

MOKATE

— A Family Business —

Mokate to firma rodzinna, z tradycjami biznesowymi sięgającymi 1900 r. Obecnie w jej prowadzenie zaangażowało się kolejne, czwarte już pokolenie rodziny Mokryszów. Rodzinny charakter firmy podkreślany jest poprzez logo Mokate z hasłem „A Family Business”. Oferta spółki obejmuje szeroką gamę kaw, herbat i słodczy z tak znanymi markami, jak Caffetteria Mokate, LOYD czy Minutka. Grupa Mokate mocno stawia na innowacyjność w technologii, produkcji czy w poszerzaniu asortymentu.



Kontekst rynkowy

Mokate działa w sektorze spożywczym od ponad ćwierć wieku i zajmuje czołowe pozycje w rankingach 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 kraju.

Oferta

Mokate jest dziś uznanym polskim producentem napojów gorących. Swoją sukces zawdzięcza Mokate Cappuccino – napojowi w złotej szaszetce, który na początku lat 90. XX w. firma wprowadziła na polski rynek. Nic nie wskazywało na to, że cappuccino podbije serca Polaków, ale dzięki inwestycji rodzinnych oszczędności w telewizyjną reklamę sprzedaż zaczęła dynamicznie rosnąć.

Mimo upływu lat Mokate Cappuccino nadal pozostaje liderem w swojej kategorii produktowej. Choć w asor-

tymencie pojawiło się wiele nowości i edycji limitowanych, wciąż na topie pozostają klasyczne smaki: wanilia i cappuccino z magnezem. Pod koniec 2016 r., wychodząc naprzeciw oczekiwaniom klientów, Mokate udoskonaliło recepturę i zaproponowało większą saszetkę z nowocześniejszym designem. Jednak tym, co w szczególności wyróżnia Mokate Cappuccino, jest unikatowa, wyjątkowo biała, puszysta pianka.



W ofercie firmy znajdują się również popularne milksy kawowe (3w1 i 2w1) oraz kawy rozpuszczalne, mielone i ziarniste. Te ostatnie cieszą się coraz większym zainteresowaniem klientów. Nowa linia, w skład której wchodzi specjalnie dobrane ziarna z plantacji w Afryce, Ameryce Południowej i w Azji, to propozycja dla smakoszy poszukujących konkretnych aromatów.

W pierwszej połowie 2015 r. miała miejsce największa zmiana wizerunkowa w historii firmy. Na sztafety kawowych opakowaniach zamiast Mokate pojawiła się marka Caffetteria Mokate – jak wskazuje nazwa, eksperta od kawiarnianych przyjemności. Dziś jest dumą firmy. Poza klasycznym cappuccino obejmuje m.in. prawdziwe trójwarstwowe latte. Dzięki niemu bez użycia ekspresu, w maksymalnie 5 minut, można przygotować doskonały warstwowy napój



– niczym ten z ulubionej kawiarni. Ofertę Caffetterii dopełniają słodkie przekąski: owsianki, będące idealną propozycją na drugie śniadanie, czy ciasteczka Sweet Cookies. Sklepową półkę uzupełniają produkty wybierane przez najmłodszych klientów: kawy zbożowe, kakao i czekolady na gorąco.

W ślad za rynkowymi trendami w połowie 2017 r. Mokate wprowadziło na rynek nową markę Fitmania. To propozycja skierowana do zwolenników zdrowego odżywiania. W jej asortymencie znajdują się m.in. owsianki, jaglanki oraz tzw. superfoods. Łączy je wyjątkowy smak i prostota przygotowania. Każdy z produktów został bowiem zamknięty w poręcznym opakowaniu, które można zabrać ze sobą do pracy czy na wakacyjny wyjazd.

To, co dodatkowo wyróżnia ofertę Mokate, to wyjątkowa dbałość o stronę wizualną. Charakterystyczne opakowania, duże logotypy pozwalają łatwo odnaleźć w sklepach ulubione produkty.

Osiągnięcia

W długiej historii Mokate zgromadziło wiele nagród – dla poszczególnych produktów, eksportu czy samej organizacji. Od lat firma otrzymuje np. tytuł Lidera Polskiego Eksportu, przyznawany przez Stowarzyszenie Eksporterów Polskich. Produkty Mokate każdego roku

zdobywają nagrody w branżowych konkursach. Przykładowo w 2016 r. w konkursie Złoty Paragon wyróżnienia otrzymały Cappuccino Caffetteria Mokate z magnezem oraz kawa ziarnista Caffetteria Mokate Coffee Selected Africa. Wcześniej podobne nagrody zostały przyznane Mokate Latte Classic w duosaszetce i Mokate Cappuccino o smaku waniliowym. Marka Mokate trzykrotnie zdobyła również tytuł Superbrands Created in Poland.

W 2017 r., podobnie jak w latach ubiegłych, czytelnicy miesięcznika „Hurt i Detal” przyznawali nagrody Złoty Paragon – Nagrodę Kupców Polskich. Pierwsze miejsce zostało przyznane herbatce Minutka, a wyróżnienie otrzymała herbata czarna LOYD oraz Cappuccino Caffetteria Mokate. W tym samym roku, w konkursie „Magazynu Życie Handlowe”, linia kaw Cappuccino Caffetteria Mokate zdobyła główną nagrodę.

Podczas uroczystej gali X Jubileuszowego Forum Rynku Spożywczego i Handlu Mokate zostało docenione nagrodą Lider Rynku Spożywczego za zajęcie czołowej pozycji na krajowym rynku herbat oraz napojów kawowych instant. W listopadzie 2017 r. firmę doceniono zaś za osiągnięcia eksportowe, przyznając cenny tytuł Wybitnego Eksportera Roku 2017.



Dr Adam Mokrysz, CEO Grupy Mokate.

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Od 10 lat Mokate we współpracy ze Stowarzyszeniem Szachowym „Olimpia” Golezów wspiera międzynarodowe turnieje szachowe. Na początku 2017 r., pod patronatem CEO Grupy Mokate dr. Adama Mokrysza, powstała Akademia Szachowa Mokate. Mokate jest również sponsorem Lotto Indywidualnych Mistrzostw Polski w Szachach, rozgrywanych co roku w Warszawie.

100 000 000

Tyle (w złotych) wyniosły nakłady inwestycyjne Mokate w samym 2016 r. Kolejne lata to dalsza konsekwentna realizacja długofalowych planów inwestycyjnych. Firma stawia na innowacyjne rozwiązania i najnowsze technologie, a tę troskę o jakość doceniają także zagraniczni konsumenci. Obecnie produkty Mokate docierają do kilkudziesięciu krajów na świecie, a eksport stanowi ponad 60 proc. przychodów firmy.

Promocja marki

Każdego roku Mokate przeprowadza kampanie i akcje marketingowe promujące poszczególne linie produktów. Jednocześnie angażuje się podczas różnych wydarzeń kulturalnych czy sportowych. Marki Mokate widać np. podczas premier na najważniejszych scenach teatralnych w Polsce. Promując zdrowy tryb życia, firma wspierała też zawody sportowe – maratony, zawody narciarskie czy rowerowe. Mocno zaangażowała się również w turnieje szachowe, głównie za sprawą prezesa firmy, dr. Adama Mokrysza.

www.mokate.com.pl

HISTORIA MARKI

1990 Stery w rodzinnym przedsiębiorstwie „Mokrysz” przejmuje żona właściciela – Teresa Mokrysz. Zmieniona zostaje nazwa firmy na Mokate (od Mokrysz Kazimierz Teresa). Istotne zmiany zachodzą też w profilu działalności – na rynek wprowadzono m.in. śmietankę w proszku.

1992 W sklepach pojawia się Mokate Cappuccino, które zapoczątkowało dynamiczny rozwój firmy.

1995 Powstaje nowy zakład produkcyjny w Ustroniu.

1999 Eksport Mokate obejmuje już kilkadziesiąt krajów na całym świecie.

2000 Przełomowy rok: w Ustroniu wyrasta tzw. wieża, czyli oddział proszkowni rozpyłowej w 12-piętrowej hali, który uniezależnia Mokate od importu zabielaaczy niezbędnych do produkcji m.in. cappuccino.

2001 Rusza nowy zakład Mokate w Żorach.

2002 Mokate wchodzi na rynek herbaty.

2005–2006 Mokate dokonuje akwizycji w Czechach, dzięki czemu do firmy dołącza trzeci zakład produkcyjny i palarnia kawy w Voticach.

2006 Rozwija się sektor półproduktów, które stanowią podstawę eksportu firmy.

2013 Powstaje kolejna wieża rozpyłowa w Żorach.

2014 Do asortymentu Mokate dołączają słodczyce.

2015 Marka Mokate Cappuccino zostaje zastąpiona brandem Mokate Caffetteria.

2016 Z okazji 25-lecia Mokate do nazwy i logo firmy zostaje włączony zapis „Mokate – A Family Business”.

2017 W Żorach powstaje zupełnie nowy zakład produkcyjny, najnowocześniejszy w całej Grupie Mokate.