



Marka Wielkopolski to synonim najwyższej jakości oleju i druga pod względem popularności marka olejów jadalnych w Polsce. Produkty tłoczone ze starannie wyselekcjonowanych polskich ziaren słonecznika i rzepaku łączą tradycję polskiej kuchni z nowoczesnością. Firma stale poszerza swoje portfolio m.in. o oleje smakowe tak, aby spełnić oczekiwania najbardziej wymagających konsumentów i entuzjastów kulinarnych eksperymentów. Dzięki temu jest jedną z wiodących marek na rynku olejów jadalnych w Polsce i od 10 lat znajduje się w czołówce sprzedaży.



#### Kontekst rynkowy

Olej Wielkopolski obecny jest na polskim rynku od 2010 roku. Marka należy do spółki EOL (Edible Oils Limited), powstałej w wyniku połączenia firmy ADM i koncernu Princes Ltd, czołowego producenta żywności i napojów. Połączenie marketingowego doświadczenia Princes Ltd oraz łańcucha dostaw ADM sprawiło, że EOL może dostarczać oleje jadalne dla europejskich klientów detalicznych i hurtowych. Zakład produkcyjny marki Wielkopolski, zajmujący się tłoczeniem nasion oleistych i rafinowaniem oleju, znajduje się w Szamotułach pod Poznaniem.

Rynek olejów jadalnych jest jednym z najdynamiczniej rozwijających się sektorów branży spożywczej. Polscy konsumenci są coraz bardziej świadomi korzyści zdrowotnych wynikających ze spożywania różnego rodzaju olejów. Na rynku coraz częściej pojawiają się nowe produkty z segmentu premium: oleje smakowe i oleje tłoczone na zimno, a dla konsumenta ważne są nie tylko jakość i smak oleju, ale także estetyczny wygląd butelki. Marka Wielkopolski

ma również w swoim portfolio oleje z segmentu premium, będące odpowiedzią na rosnące oczekiwania konsumentów.

#### Oferta

Produkty marki powstają z najwyższej jakości składników dzięki czemu zachwycają swoją jakością i smakiem. Na asortymencie marki składają się następujące wyroby: • **Olej Rzepakowy (poj. 0,9, 1, 2, 3 l)** – flagowy produkt marki tłoczony tylko raz z polskiego rzepaku. Jest bogaty w witaminę E oraz kwasy OMEGA-3, idealny zarówno do dań tradycyjnych jak i do nowoczesnych potraw. Dzięki stosowaniu (w litrowych butelkach) innowacyjnego rozwiązania – specjalnego korka – butelka łatwiej się otwiera, jej membrana bez problemu się odrywa, a olej dłużej zachowuje swoje walory. Ponadto korek ten pozwala na regulowanie strumienia oleju co sprawia, że łatwiej go dozować. Korki produkowane są w technologii minimalizującej emisję CO<sub>2</sub>, • **Olej Słonecznikowy (poj. 1 l)** – bogaty w witaminy, charakteryzujący się delikatnym aromatem i smakiem, który nie dominuje walorów potrawy. Olej ten świetnie

nadaje się do stosowania na zimno i na gorąco, • **Olej Rzepakowy z Oliwą z Oliwek Extra Virgin (poj. 1 l)** – to zaskakujące połączenie oleju tłoczonego tylko raz z nasion polskiego rzepaku i oliwy z oliwek extra virgin zwanej płynnym złotem, z której od setek lat słynie kuchnia śródziemnomorska. Jest źródłem witamin oraz cennych kwasów tłuszczowych, • **Olej Rzepakowy Tłoczony na Zimno (poj. 500 ml)** – to produkt doceniany przez ekspertów i znawców kuchni. Naturalny proces wykluczający rafinację pozwala na wydobycie z ziaren tego, co w nich najlepsze. Dzięki tłoczeniu nasion rzepaku na zimno, w temperaturze nieprzekraczającej 40°C – zachowują one swój unikalny, pierwotny smak.

Na rynku pojawił się najnowszy produkt marki Wielkopolski: **Majonez Wielkopolski** – nowy, wyjątkowy produkt, który wzbogaca smak potraw i kanapek. Wytwarzany z Oleju Wielkopolskiego tłoczonego tylko raz oraz z polskich jaj z chowu ściółkowego. Majonez Wielkopolski jest naturalnym źródłem kwasów OMEGA-3 i witaminy E. Dodatkowo wyróżnia go ergonomiczne opakowanie.



cyjnych, jak i w Internecie, gdzie rozwija swoją komunikację, zwracając szczególną uwagę na kanały social media oraz budowanie relacji z liderami opinii i konsumentami.

Wielkopolski według opinii konsumentów, to wysokiej jakości olej budzący skojarzenia zarówno z tradycyjnymi rodzinnymi wartościami jak i z nowoczesnością.

Sukcesem okazała się bazująca na tych skojarzeniach kampania reklamowa z udziałem ambasadora marki – Damiana Kordasa, zwycięzcy czwartej edycji programu MasterChef oraz jego babci Feli. W spocie Oleju Wielkopolskiego laureat popularnego show wraz ze swoją babcią przygotowuje różnorodne potrawy. Pomysłowa kampania pokazała szerokie zastosowanie produktu, który spełnia oczekiwania zarówno młodych, skorych do eksperymentów szefów kuchni, jak i jej weteranów.

#### Ostatnie wydarzenia

Intensywne działania w zakresie zrównoważonego rozwoju i ochrony środowiska są wpisane na stałe w strategię rozwoju marki Olej Wielkopolski. W 2018 roku Wielkopolski otrzymał certyfikat ISCC, przyznawany firmom składającym szczególną wagę do dbałości o środowisko naturalne. Podmioty certyfikowane ISCC przyczyniają się do redukcji gazów cieplarnianych, zapewniają zrównoważone wykorzystanie gruntu i ekologiczność upraw, a także dbają o zachowanie zrównoważonych relacji społecznych, praw pracowniczych i praw człowieka.

Potwierdzeniem proekologicznych działań marki Wielkopolski jest także zainicjowanie ogólnopolskiej akcji „Zatrzymaj Bociana”. W 2018 roku firma wzięła pod skrzydła bociana białego – symbol polskiego krajobrazu i kultury. Każdej wiosny coraz mniej tych ptaków wraca do Polski, co spowodowane jest m.in. ograniczaniem powierzchni ich żerowisk i ekstenywnym rolnictwem. Olej Wielkopolski wspiera Polskie Towarzystwo Ochrony Ptaków pomagając w odtwarzaniu żerowisk w dolinie rzeki Narew, a także prowadząc działalność edukacyjno-badaw-

#### TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Każda butelka Oleju Wielkopolskiego zawiera 51 proc. materiałów z recyklingu (rpet).

10 000

Tyle osobników mogą liczyć stada wędrujących bocianów. Dzięki wsparciu akcji #zatrzymajbociana możemy sprawić, że do Polski będzie wracać coraz więcej tych pięknych ptaków.

czą na temat tego gatunku. Akcja ma także uświadomić konsumentom skalę problemu i sprawić, aby bocian biały pozostał nieodłącznym elementem krajobrazu Polski. „Twarzą” akcji ponownie został kojarzony już z marką Wielkopolski Damian Kordas – zwycięzca programu MasterChef, a prywatnie student weterynarii. Istotnym wydarzeniem w życiu firmy w ostatnim czasie było także wprowadzenie na rynek Majonezu Wielkopolskiego – nowości w portfolio produktowym marki Wielkopolski.

[www.olejwielkopolski.pl](http://www.olejwielkopolski.pl)  
[www.olejkonwenanse.pl](http://www.olejkonwenanse.pl)



#### Osiągnięcia

Zarówno konsumenci, jak i eksperci doceniają wysoką jakość produktów Wielkopolski. W 2016 i 2017 roku Olej Wielkopolski otrzymał nagrodę TOP PRODUKT Doceń Polskie. Od lat wyróżniany jest także certyfikatem Znak jakości Q, przyznawanym najlepszym produktom na rynku. W 2017 roku Wielkopolski został wskazany przez „Wiadomości Handlowe” jako Ulubiona Marka Polaków 2017 w kategorii Oleje. Z kolei w ubiegłym roku, po raz pierwszy marka została wyróżniona tytułem Superbrands Polska Marka.

#### Promocja marki

Marka Wielkopolski od kilku lat prowadzi intensywne działania promocyjne – jest obecna zarówno w mediach tradycyjnych, jak i w Internecie.

#### HISTORIA MARKI

**2010** Wielkopolski debiutuje na polskim rynku.

**2014** Rozszerzenie portfolio Wielkopolskiego o oliwy specjalistyczne: oliwę z oliwek i oliwę sałatkową.

**2016** Odświeżenie identyfikacji wizualnej marki oraz stworzenie nowej, interaktywnej strony internetowej.

**2017** Na rynek wchodzi nowa linia olejów smakowych: rzepak z chili, bazylią, czosnkiem oraz

mieszanką oleju kokosowego z rzepakowym. Debiut produktów wspiera ogólnopolska kampania telewizyjna.

**2017** Start odświeżonej strategii komunikacji pod hasłem #olejkonwenanse opartej na aktywacji konsumentki oraz działaniach w sieci.

Otrzymał certyfikat ISCC.

**2018** Zainicjowanie ogólnopolskiej akcji „Zatrzymaj Bociana”, we współpracy z Polskim Towarzystwem Ochrony Ptaków.

Powiększenie rodziny Wielkopolskiego o Majonez Wielkopolski z oleju tłoczonego tylko raz.

**2019** Wielkopolski, jako pierwsza marka w kategorii olejów jadalnych, wprowadza butelkę w 51 proc. wykonaną z recyklingu.