



Marka Krakus ma już ponad 60 lat. Niewiele polskich marek może poszczycić się tak długą i bogatą historią. Krakus zadebiutował w 1951 r. w Stanach Zjednoczonych, wprowadzając na rynek szynkę konserwową „Polish ham”, która przez wiele lat była synonimem luksusowego produktu eksportowego znanego na innych rynkach. Krakus to produkty wysokiej jakości, doskonałe połączenie tradycyjnych smaków i receptur z nowoczesnymi formami podania.



#### Kontekst rynkowy

Krakus to marka należąca do lidera branży mięsnej Animex Foods, specjalizującego się w produkcji mięsa wieprzowego, drobiowego i przetworów mięsnych. Animex jest największym pracodawcą w branży mięsnej, posiada 11 zakładów mięsnych, w tym jeden zakład piezarski. Misją firmy jest bycie godnym zaufania i najczęściej wybieranym dostawcą wysokiej jakości produktów. Spółka jest liderem w eksporcie mięsa na rynki zagraniczne. Wśród szerokiego asortymentu produktów i dużego rozdrobnienia firm na rynku wędlin Krakus to marka, która wyróżnia się m.in. tym, że kontynuuje polskie tradycje w produkcji wędlin i jednocześnie odpowiada na dzisiejsze wymagania oraz preferencje konsumentów. Oferuje szeroki asortyment produktów, m.in. szynki, kiełbasy suche, kabanosy, mięsa sous vide i konserwy.

#### Oferta

Krakus kojarzy się z najwyższą jakością. Produkty marki powstają zgodnie z polskim kunsztem wytwarzania wędlin i są idealnym połączeniem tradycyjnych receptur z nowoczesnymi formami podania. Krakus oferuje: • **Kiełbasy suche i podsuszane** – wytwarzane ze specjalnie wyselekcjonowanego, najwyższej jakości mięsa, tylko z dodatkiem naturalnych przypraw, np. Kiełbasa Krakowska, Żywiecka czy Myśliwska. • **Wędzonki** – stanowią zróżnicowany wachlarz produktów powstających bez kompromisów. Wśród klientów dużą popularnością cieszy się Szynka od Szwagra oraz Schab i Karczek z tej samej linii, Szynka Zrazowa o specyficznym aromacie wędzenia dymem olchowo-bukowym, wędzona na zimno Szynka Dojrzewająca, jak również Szynka bez Konserwantów. • **Kabanosy**

– w klasycznym wydaniu z dodatkiem czosnku, pieprzu i galki muszkatołowej, odpowiednio dosuszone, w jelicie baranin oraz cienkie w wersji przekąskowej. • **Konserwy mięsne** – świeżo zapiekowany mięsny specjal zamknięty w metalowej puszcze. Symbolem konserw Krakus jest szynka 1 lbs „Polish ham”. Sztandarowymi produktami są też wyśmienite mielonki, gulasze oraz wyborne pasztety, np. Gulasz angielski, Konserwa Turystyczna, Luksusowa Mielonka Wieprzowa, Golonka Wieprzowa. • **Mięsa sous vide** – Krakus oferuje także produkty przygotowane metodą sous vide. Mięsa te są gotowane w próżni w temperaturze 85–90°C. Dzięki szczelnemu zamknięciu produktu w folii z przyprawami w czasie obróbki termicznej cały smak potrawy pozostaje w jej wnętrzu, a mięso jest delikatne i soczyste. Tak przygotowane produkty wy-



starczy wyjąć z opakowania i podgrzać w piekarniku przez 30 minut. W ofercie mięs sous vide Krakus są: szynka, schab, łopátka, policzki, golonka, żeberka oraz pierś z gęsi, pierś z kurczaka, pierś z indyka i udo z indyka.

• **Plastry** – marka Krakus proponuje również wędliny w plastrach, takie jak Szynka Eksportowa, Krakowska Sucha, Szynka Polska, Połędwica Łososiowa, Pierś z Kurczaka i Żywiecka. Idealnie cienkie plasterki zapakowane próżniowo dają gwarancję świeżości i bezpieczeństwa. Są doskonałym składnikiem kanapek i uzupełnieniem innych potraw, np. roladek lub koreczków.

#### Osiągnięcia

Krakus utożsamiany jest z gwarancją smaku i jakości oraz stałymi regulami produkcji wędlin. Rok 2016 to czas, w którym marka stała się liderem w kilku kategoriach. Krakus osiągnął pozycję najlepiej różnicowanej marki oraz został liderem wizerunku w kategorii wędlin (za Brand Equity Tracking 2016). Krakus to marka producentka numer jeden wśród paczkowanych, stałowagowych kiełbas suchych. Ponadto ma największy udział w rynku kiełbas suchych w kategorii marek producentek (Retail Audit, 2016). Marka Krakus odniosła również sukces w sprzedaży Kiełbasy Krakowskiej suchej o gramaturze 320 g. Została najlepiej sprzedającą się kiełbasą Krakowską suchą w Polsce w kategorii marek producentek (Retail Audit, 2016). Wielkim sukcesem było ponadto wprowadzenie w 2015 r. Szynki Eksportowej, która rok później stała się numerem jeden w segmencie plasterów w kategorii marek producentek (Retail Audit, 2016). Z bardzo dużym uznaniem konsumentów spotkało się też wprowadzenie mięs sous vide, co nastąpiło w 2016 r. Do tego czasu produkty sous vide były dostępne tylko w restauracjach – teraz z łatwością można je przygotować w domu.

#### Promocja marki

Marka Krakus od wielu lat dba o regularną komunikację w mediach. W 2016 r. wystartowała kampania reklamowa Krakowskiej Suchoj pod hasłem „Tak smakuje Krakowska”, która była kontynuacją kampanii Szynki Eksportowej, za którą Animex otrzymał



#### HISTORIA MARKI

- 1948** Pierwsze użycie znaku Krakus w obrocie handlowym w USA (według zapisu w dokumencie rejestracyjnym wydanym przez United States Patent Office).
- 1950** Pierwsza rejestracja znaku towarowego Krakus dla szynki w puszcze na rzecz Atalanta Corporation.
- 1959** Pierwsza rejestracja znaku Krakus w Polsce na rzecz CHZ Animex.
- 1961** Cesja praw do znaku Krakus zarejestrowanego

- w USA dokonana przez Atalanta Products Corporation na rzecz CHZ Animex.
- 1995** Szynka Krakus zadebiutowała na antenie amerykańskiego show Davida Lettermana.
- 2004** Kampania reklamowa marki Krakus pod hasłem „Wędliny takie jak kiedyś”, promująca nowe pozycjonowanie i nowe kategorie produktowe.
- 2010–2011** Wprowadzenie jubileuszowego opakowania kulturowej szynki w puszcze 1 lbs w szacie graficznej w stylistyce retro; aktywności promocyjno-

#### TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Tygodnik „WPROST”, na wzór indeksu Big Maca przygotowanego przez tygodnik „The Economist”, opracował w 2004 r. indeks Krakusa. Służył on do pomiaru siły nabywczej polskiego społeczeństwa na przestrzeni lat. Indeks mierzył formalnie, ile kilogramów polskiej szynki Krakus mógł kupić za miesięczną pensję przeciętny Polak, oraz pokazywał, jak zmieniła się zamożność i jak zmniejszał się dystans ekonomiczny Polaków w stosunku do obywateli bogatszych krajów Europy.

500 000 000

Tyle plasterów wędlin marki Krakus w 2017 roku skosztowali Polacy.

w 2016 r. brązowe Effie. W latach 2010–2014 Krakus w swoich kampaniach odnosił się do bliżej nieokreślonej przeszłości, kojarzącej się z wyśmienitymi aromatami i smakami z dawnych lat, które wywołują pozytywne emocje. Podążając za tym kierunkiem komunikacji, stworzono kolejne odsłony świata marki, np. poprzez wykorzystanie obrazu starej wędzarni czy przedstawienie oryginalnej historii szynki Krakus. Z okazji 60-lecia powstania marki Krakus w 2011 r. przeprowadzono rozległe działania promocyjne. Wydano m.in. książkę Historie Krakusa. Zawiera ona opowieści znanych osób ze świata kultury i sztuki: Beaty Tyszkiewicz, Agaty Passent i Tomasza Raczka, a także 22 historie wyłonione w konkursie dotyczącym wyjątkowych wspomnień konsumentów związanych z wędlinami Krakus. Publikacja została podzielona na sześć dekad i została zilustrowana zdjęciami ukazującymi rzeczywistość minionych lat.

www.animex.pl