



LOYD to najwyższej jakości herbaty powstające z najlepszych liści herbacianych zbieranych na renomowanych plantacjach. Są one tworzone z pasją – dla koneserów i miłośników tego wyjątkowego napoju, tak aby chwile spędzone z filiżanką ulubionego naparu były „magicznym doświadczeniem”. Produkcja herbat LOYD objęta jest rygorystyczną kontrolą jakości. Mokate SA, właściciel marki LOYD, jest jednym z liderów herbacianego rynku i wciąż umacnia swoją pozycję.



Kontekst rynkowy

Tworząc markę LOYD producent opierał się na bogatym biznesowym doświadczeniu, pasji i współpracy z legendarnym londyńskim domem herbaty Thompson Lloyd&Eward, obecnym na rynku od 1760 roku. Mokate SA – właściciel marki LOYD – konsekwentnie rozwija segment herbaciany wprowadzając na rynek nowe rodzaje herbat i stawia na przywództwo pod względem jakości. Dzięki temu jest w stanie zagwarantować klientom wymierne korzyści: głębokie doznania smakowe, funkcjonalność i wygodę użytkowania produktu, a także elegancję i prestiż. 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. Podczas produkcji są ściśle przestrzegane standardy jakościowe. W efekcie firma dysponuje szeregiem certyfikatów krajowych i zagranicznych, m.in. Rainforest Alliance, UTZ, Kosher i Organic/Eco, ułatwiające ekspansję na najdalsze rynki świata.

Portfoglio marki LOYD obejmuje zarówno tradycyjne herbaty – czarne, zielone i białe, jak również susze owocowe, zioła – w tym tak egzotyczne propozycje, jak rooibos i yerba mate, oraz mieszanki funkcjonalne. Znakomite kompozycje smakowe uzyskiwane są dzięki wykorzystaniu wyselekcjonowanych surowców najwyższej jakości. Co roku do portfoglio marki wprowadzane są produkty innowacyjne, odpowiadające na

Oferta

zapotrzebowanie rynku – w 2018 roku wprowadzono na rynek nową linię herbatek funkcjonalnych Warming Tea. To pięć wyjątkowych mieszanek popularnych owoców z tzw. „magicznym czynnikiem” – składnikami dającymi uczucie rozgrzania, wśród których znalazły się chili, czarny pieprz, cynamon, imbir i goździki. Absolutną innowacją jest zielona herbata z matchą. Matcha to tradycyjna japońska herbata pozyskiwana z liści krzewów herbacianych uprawianych w specjalnych warunkach. Podawana jest w wyjątkowy sposób, w formie proszku, z którego powstaje mętny napar. Matcha jest nazywana najbardziej wartościową herbatą. W herbatach LOYD Matcha zastosowano unikalną technologię osadzenia proszku matcha na liściach herbaty, co sprawia, że teraz można ją zaparzyć w każdym miejscu, o każdej porze. LOYD jest wielokrotnie

rem w kategorii herbat w piramidkach, które produkowane są z neutralnego smakowo, odnawialnego i biodegradowalnego materiału PLA. Umożliwiają one użycie długich liści herbaty, dotąd stosowanych wyłącznie w herbatach liściastych. Z kolei przeniesienie 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. Ich klasyczna forma zadowoli wszystkich tradycjonalistów. Całą linię herbat sygnowanych marką LOYD cechuje dbałość o jakość i estetykę opakowań.

Osiągnięcia

Rynek herbat premium, do których zaliczana jest marka LOYD, jest bardzo wymagający. Dzięki nowoczesnemu i stale rozbudowywanemu zapleczu produkcyjnemu i innowacyjnej technologii, producent dostarcza herbaty najwyższej jakości. Potwierdzają to liczne nagrody i wyróżnienia, wśród których szczególnie cenna jest nagroda Superbrands Created in Poland. W ubiegłym roku LOYD otrzymał ją po raz trzeci. Przy ocenie marek pod uwagę brane są m.in. takie kryteria, jak: wysoka rozpoznawalność i dobry wizerunek marki zarówno wśród konsumentów, jak i w ocenie ekspertów. W ubiegłym roku herbatka owocowa LOYD o smaku Maliny i Truskawki znalazła się wśród produktów, które w sposób szczególny wpłynęły na rozwój handlu detalicznego



HISTORIA MARKI

1900 W miejscowości Dobra (Śląsk Cieszyński, dziś w granicach Republiki Czech) Alois Mokryś założył sklep z towarami kolonialnymi.

1927 Josef Mokrys (później Mokrysz) otworzył podobny sklep oraz restaurację w Golezowiu (Śląsk Cieszyński). Rodzinny interes kontynuowany był przez trzy następne pokolenia.

1990 Kazimierz Mokrysz, wnuk pierwszego właściciela, przekazał firmę małżonce. Teresa Mokrysz zmieniła nazwę firmy (na Mokate) i skupiła się na produkcji słynnego Mokate Cappuccino.

2002–2003 W ofercie Grupy Mokate ponownie pojawiły się 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 – Natashy Pavluchenko.

2014 Powstały ekskluzywne opakowania herbat w kształcie puszek ze szczelnym i wygodnym zamknięciem.

2015 Premiera smakowych herbat LOYD: o smaku miodu z krzewu manuka, z miętą i kwiatem pomarańczy, z żurawiną, maliną i imbirem, z cytryną, rumiankiem i kardamonem.

2016 Premiera herbat „LOYD recepta na...” wspierających funkcjonowanie organizmu i wyjątkowych herbat w czerwonych opakowaniach – LOYD Black Tea.

2017 Ruszyła nowa kampania reklamowa LOYD w Polsce i na dziewięciu zagranicznych rynkach. W tym samym roku marka wdrożyła kolejne standardy jakości i certyfikacji: Rainforest Alliance, UTZ, Kosher i Organic/Eco.

2018 Na rynku pojawia się nowa linia herbatek funkcjonalnych Warming Tea oraz herbata zielona LOYD Matcha z innowacyjną technologią osadzenia proszku matchy na liściach herbaty.



TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Podczas ceremonii parzenia matchy – tradycyjnej japońskiej herbaty – porcuje się ją bambusową łyżeczką (Chasaku) do miseczki (Chawan), następnie zalewa wodą i ubija bambusową miotłą (Chasen). LOYD Matcha, dzięki unikalnej technologii można zaparzyć w każdym miejscu i o każdej porze.

5

Tyle wyjątkowych „magicznych czynników” znalazło się w nowej linii herbatek funkcjonalnych LOYD Warming Tea. To rozgrzewające chilli, czarny pieprz, cynamon, imbir i goździki.

w Polsce, zdobywając nagrodę Złoty Paragon 2018. To tylko niektóre z licznych nagród przyznanych marce LOYD.

Promocja marki

Marka LOYD komunikuje się z rynkiem, posługując się tradycyjnymi kanałami komunikacji i wybierając kreatywne działania promocyjne, m.in. loterie. W marcu szczęśliwy zwycięzca „Loterii z nutą magii” odebrał kluczyki do pięknego zielonego Mini Hatch. LOYD od dłuższego czasu wspiera kulturę, poczynając od imprez lokalnych, przez premiery filmowe, kino, teatr, operetkę – 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 filmów „303: Bitwa o Anglię” i „Kurier” – historii inspirowanej życiem Jana Nowaka-Jeziorańskiego. LOYD wspiera także sportowców amatorów w cyklu turniejów szachowych Mokate Open.

www.loydtea.pl