



Inka przyszła na świat w 1971 roku w Skawinie niedaleko Krakowa. Od tamtej pory codziennie towarzyszy milionom Polaków. Dla wielu bywa nostalgicznym wspomnieniem dzieciństwa i pięknych chwil w gronie bliskich. Kojarzą ją ze śniadaniem w rodzinnym domu, wizytami u babci na wsi czy niezapomnianymi wakacjami. Od 50 lat Inka nieprzerwanie gości w polskich domach – dzisiaj już jako pyszna alternatywa i kawy, i mleka.



#### Kontekst rynkowy

Kawę zbożową pije się w co drugim domu, a trafia do kubków ponad jedną trzecią Polaków. Inka jest najbardziej znaną i cenioną w Polsce kawą zbożową, synonimem kategorii. Dwie trzecie badanych Polaków wymienia ją spontanicznie, a ponad 90 procent osób zna ją choćby ze słyszenia. Inka jest też niekwestionowaną liderką, jeśli chodzi o konsumpcję – prawie 80 procent konsumentów kawy zbożowej wybiera właśnie tę markę, a prawie 70 procent wybiera ją najczęściej. Sam segment wykazuje od lat stałą dynamikę wzrostu, a jego istotnym motorem są aktywne działania Inki

– liderki rynku. Do wzrostu popularności Inki przyczynia się również wpływ aktualnych światowych trendów konsumenckich: poszukiwania zdrowszych alternatyw, produktów wegetariańskich, kultywacja naturalności, ale bez kompromisów jeśli chodzi o smak. Kawa zbożowa i napoje roślinne to produkty, które naturalnie wpisują się w powyższe tendencje.

#### Oferta

Obecnie w szerokim asortymencie Inki znajdują się kawy zbożowe i napoje roślinne, które opowiadają na różne potrzeby konsumentów prowadzących zdrowy styl życia.

Napoje roślinne to nowość w rodzinie Inki – jest to propozycja o rewelacyjnym smaku i prostym składzie. Roślinne alternatywy mleka od Inki tworzą perfekcyjny duet z kawą zbożową. Sprawdzają się na słodko i wytrawnie, do picia i gotowania. Naturalnie nie zawierają laktozy. Zostały stworzone z miłości do roślinności, z myślą o wszystkich tych, którzy szukają urozmaicenia i są chętni do tego, aby dobre nawyki towarzyszyły im każdego dnia. W portfolio alternatyw mleka od Inki znajdują się najbardziej lubiane propozycje smaków: Owsiane, Migdałowe, Kokosowe, Ryżowe, Sojowe. Asortyment kaw zbożowych też stale się rozwija. Kawa Inka to nie tylko jej klasyczna wersja. Marka dostępna



#### TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- Od niedawna Inka to nie tylko alternatywa kawy, ale również mleka.
- Rozpuszcza się bardzo dobrze także w zimnej wodzie.
- To dodatek korzenia cykorii zapewnia jej kawowy smak.
- Inka jest coraz bardziej popularna w kawiarniach.

50

Od tylu lat Polacy piją Inkę.



jest w sześciu liniach produktowych: 1) linii klasycznej, którą zna każdy Polak i Polka. Czerwony kolor opakowania stał się jej znakiem rozpoznawczym. Łagodny smak perfekcyjnie komponuje się z aromatem zbóż i cykorii. To sentymentalna podróż do czasów dzieciństwa w jednym kubeczku. Z dumą nosi znak „Produkt Polski”; 2) linii smakowej o intensywnych nutach karmelu, czekolady, mleka i miodu w połączeniu z kawą zbożową. Tak brzmi pisana przez Inkę definicja pyszności. Inka potrafi połączyć w jednym kubku kawy zbożowej przyjemność smaku z naturalnością; 3) linii prozdrowotnej, wzbogaconej o błonnik, magnez, wapń i witaminy, i w przyjemny sposób uzupełniającej niedobory cennych składników. Zaletą Inki Błonnik, Magne, Wapń i Witaminy jest możliwość „suplementacji przy okazji” – pozwala zadbać o siebie od środka, po prostu pijąc kawę; 4) linii Bio (Orkiszowa, Figowa, Cykorii i Klasyczna) – wszystkie wykorzystane w niej składniki pochodzą z certyfikowanych upraw ekologicznych; 5) linii sezonowej – co roku konsumenci mogą cieszyć się unikatowymi smakami limitowanych edycji takich jak Kokosowa, Lodowa czy Bananowa; 6) Inki Bezglutenowej – to innowacyjny, jedyny w swoim rodzaju napój zbożowy. W procesie jej produkcji gluten jako nierozpuszczalny w wodzie cząstek ziarna zostaje oddzielony i usunięty z produktu.

#### Osiągnięcia

Inka ma status marki kultowej, jest synonimem swojej kategorii. Konsumentom mówią, że jeśli marka w prawie niezmiętej formie istnieje tak długo, to musi być na-

prawdę dobra. Nic zatem dziwnego, że Inka jest niekwestionowanym liderem rynku od lat i stale się rozwija. Stereotyp tego napoju, jako synonimu PRL-u, zmienił się: zdrowy charakter, wielość odmian i walory smakowe przyciągają nie tylko tych, którzy chętnie ją piją, będąc dziećmi. Większość dorosłych Polaków mówiąc „kawa zbożowa”, myśli: „Inka”. Jest to najbardziej znana i rozpoznawalna kawa zbożowa na rynku. Wspierając roślinne wybory konsumentów i oferując im nowe napoje roślinne Inka osiągnęła w ciągu dwóch



lat na rynku alternatyw mleka w Polsce drugą pozycję wśród marek napojów roślinnych pod względem wolumenu sprzedaży. Udane rozwinięcie produktowe na nową kategorię możliwe było dzięki sile marki, co potwierdza również kolejny tytuł Superbrands.

#### Promocja marki

Inka jest marką regularnie komunikującą się ze swoimi konsumentami. Jako liderka rynku zobowiązana jest do tego, aby wydatki były adekwatne do zajmowanej przez nią pozycji i jednocześnie wspierały całą kategorię kaw zbożowych. Strategia komunikacyjna marki obejmuje różne kanały komunikacji: telewizję, Internet oraz prasę. Inka nieustannie inspiruje swoich konsumentów, dostarczając im niezliczone pomysły na pyszne przepisy za pośrednictwem swoich profili w social mediach. Oferuje wiele opcji smakowych. Prezentuje nowe, pyszne i efektowne formy podania Inki. Profil FB Inki wyróżnia się ogromnym zaangażowaniem i sympatią fanów, i jest jednym z większych profili napojowych.

[www.inka.pl](http://www.inka.pl)

#### HISTORIA MARKI

- 1971** Opracowanie receptury pierwszej rozpuszczalnej kawy zbożowej i rozpoczęcie produkcji kultowej Inki.
- 2008** Inka Magne otwiera linię prozdrowotną.
- 2009** Inka Mleczna i Czekoladowa inauguruje linię smakową.
- 2015** Pyszne przepisy na Inkę pojawiają się na stronie [www.inka.pl](http://www.inka.pl)
- 2019** Nowość! Na rynek wchodzi napoje roślinne Inka.
- 2021** ... Inka jest pełna nowych pomysłów!