



Marka FELIX to orzechowy ekspert, obecny na polskim rynku już od ponad 30 lat. Niebieska puszką, charakterystyczny bohater – Wiewiór – i pełna humoru komunikacja współtworzą wyrazisty wizerunek marki, która stale się rozwija i wzbogaca swoje portfolio, sięgając po nowoczesne technologie, odpowiadając na potrzeby zdrowego stylu życia i zwracając się ku pokoleniu Z.



Kontekst rynkowy

Marka Felix działa na dynamicznie rozwijającym się rynku słonych przekąsek, obejmującym kluczowe kategorie takie jak chipsy, chrupki, orzechy, popcorn czy produkty wypiekane. W 2024 roku wartość rynku słonych przekąsek wyniosła ponad 8,5 miliarda złotych, z czego ponad 2 miliardy to kategoria orzechowa. Wolumen sprzedaży przekroczył 202 tysiące ton, z czego ponad 45 tysięcy to orzechy. Jak wynika z badań, przeciętny Polak skonsurował w tym okresie około 4,9 kilograma słonych przekąsek i jest to wciąż poniżej średniej europejskiej.

Oferta

Od początku obecności marki na polskim rynku podstawę portfolio marki Felix stanowią orzeszki ziemne, dostępne w różnych odsłonach i smakach. Rozwijając asortyment, marka korzysta z unikatowych technologii, wprowadzając prażone, niebrudzące rąk Felix Orzeszki z Pieca, Orzeszki Długo Prażone czy Felix Fusion – orzeszki ziemne w intensywnych smakach, idealnie dopełniających smak orzecha. Marka Felix jest również liderem w słono-przekąskowych orzechach szlachetnych, od lat dostarczając konsumentom najwyższej jakości

pistacje, a ostatnio również lekko solone prażone nerkowce i migdały, przygotowane w technologii „z pieca”. Oprócz słonych przekąsek marka ma w swoim portfolio również linię Natura, odwołującą się do trendów związanych ze zdrowym żywieniem, a w niej orzechy szlachetne nieprzetworzone, bez dodatku soli, takie jak migdały, nerkowce czy orzechy włoskie oraz mieszanki orzechowe. Najmłodszym konsumentom orzechów, reprezentującym generację Z, którzy szukają nowych wrażeń i intensywnych doświadczeń smakowych, marka oferuje linię Felix Crispers – orzeszki ziemne w panierce o różnych smakach, wzbogacane o edycje limitowane.

W szerokiej ofercie klienci mogą znaleźć również najpopularniejszy w Polsce popcorn do mikrofal, idealnie pasujący do filmowych wieczorów.

Osiągnięcia

Słyszysz: orzeszki – myślisz: Felix. Marka to niekwestionowany lider rynku orzechów z udziałem wartościowym w segmencie orzeszków ziemnych na poziomie 30,7 procent (MAT Dec'24) i znajomością marki blisko 50 procent (TOM) – najwyższą w kategorii, potwierdzoną nagrodami Superbrands Polska.

Konsumenti chętnie wybierają markę zarówno ze względu na jakość produktów, jak i na innowacyjne nowości, co znajduje odzwierciedlenie w licznych nagrodach, m.in. Najlepszy Produkt – Wybór Konsumentów, Złote Innowacje FMCG & Retail oraz Perły Rynku FMCG.

Promocja Marki

Marka Felix jest obecna z komunikacją na polskim rynku od ponad 30 lat. Pierwsza kampania reklamowa została zrealizowana w 1994 roku pod hasłem „Życie nabiera smaku”. Ukuty dekadę później slogan reklamowy „Matka Natura, ojciec Felix” został wyróżniony w Ogólnopolskim Festiwalu Reklamy Złote Orły oraz wpisany do „Słownika sloganów reklamowych” PWN. Od 2011 roku ton komunikacji marki jest utrzymany w konwencji humorystycznej, a jego nieodłącznym elementem jest uroczy i zabawny Wiewiór – Ekspert od Orzechów, który w charakterystyczny dla siebie sposób komentuje otaczającą rzeczywistość. W 2013 roku marka Felix jako pierwszy brand w kategorii słonych przekąsek wkroczyła na megaboardy uliczne, do tej pory zarezerwowane głównie dla branży fashion. W kolejnych latach wykorzystala blisko 500 citylightów,



pojawiała się na autobusach i tramwajach, zagościła w kinach i na stałe zagościła w social mediach. W 2019 roku nastąpiła zmiana stylu komunikacji marki: Felix powrócił z kampanią video, w której Wiewiór został wprowadzony do świata ludzi. W tym samym czasie w okresie Walentynek ruszyła pierwsza kampania orzeszków w karmelu – Carmelove: wyjątkowej przekąski łączącej orzeszki Felix z karmelową otoczką. Rok 2021 to czas podkreślania walorów orzeszków w oparciu o ich widocznie większy rozmiar i gwarantowaną jakość, o czym marka Felix w humorystyczny sposób informowała konsumentów w reklamie telewizyjnej. W kolejnych latach komunikacja skupiała się na liniach

konceptowych: Orzeszkach z Pieca, które dzięki wyjątkowej technologii produkcji nie brudzą rąk i są delikatne w smaku, oraz Orzeszkach Długo Prażonych o intensywnym smaku i wyjątkowej chrupkości.

Ostatnie wydarzenia

Ostatnie lata to dla marki Felix dwie nowe kampanie reklamowe: w 2023 roku po raz pierwszy pojawiła się w reklamie telewizyjnej z orzechami szlachetnymi: Nerkowcami i Migdałami z pieca, a w 2024 roku premierę telewizyjną miała kampania orzeszków smakowych Felix Fusion. Marka koncentruje wysiłki również na intensywniej komunikacji dla linii orzeszków w panierce Felix Crispers. Pełna

TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

- Nazwa marki nawiązuje do łacińskiego znaczenia słowa „felix”, czyli „szczęśliwy”.
- Orzechy marki Felix sprowadzane są z różnych zakątków świata: Argentyny, Brazylii, Chile, Chin, Indii, Iranu, Turcji, USA czy Wietnamu.
- W wypadku orzechów Felix kontrola jakości rozpoczyna się jeszcze zanim surowce trafią do fabryki: plantacje orzechów są audytowane i certyfikowane.

27 502 222

– tyle sztuk słonych przekąsek sygnowanych marką Felix sprzedano w 2024 roku.

dynamizmu i koloru kampania pod hasłem „Życie jak Crispers, chrup je garściami”, kierowana przede wszystkim do przedstawicieli generacji Z, znalazła swoje miejsce w szerokiej, komunikacji digitalowej z wykorzystaniem influencerów oraz na wydarzeniach muzycznych, takich jak SMB, Clout Festival czy Sunrise Festival. Ostatni kwartał roku 2025 przyniesie linii Felix Crispers innowację w obszarze produktowym: zmieni się całkowicie koncept oraz receptura produktu, który zyska nowy, bardzo chrupiący coating, a także nowe, intensywne smaki w 3 odsłonach w myśl idei *double sensation* czyli podwójnych doznań smakowych: Paprika Creamy & Roasted, Cheddar & Blue Cheese, Hot Paprika & Red Pepper.

felixpolska.pl

HISTORIA MARKI

1992	Na półki sklepowe trafia pierwsza puszką orzeszków Felix.	2009	Z połączenia The Nut Company i Intersnack powstaje Intersnack Group – jedna z największych w Europie firm z branży słonych przekąsek.	2019	Zmiana stylu komunikacji marki: Felix powraca z kampanią video, a Wiewiór wraca do świata ludzi. Rusza kampania orzeszków w karmelu – <i>Carmelove</i> .
1994	Pod hasłem „Życie nabiera smaku” rusza pierwsza kampania telewizyjna orzeszków solonych. Marka rozwija portfolio – wprowadza mieszankę studencką, orzeszki w miodzie i papryce oraz orzechy szlachetne.	2011	Portfolio marki Felix powiększa się o popcorn do przyrządzenia w kuchence mikrofalowej.	2020	Rusza kampania telewizyjna „Duże orzeszki – jakość gwarantowana”, podkreślająca główne walory orzeszków Felix.
2001	Na rynku pojawiają się orzeszki w chrupiącej skorupce. Felix Polska staje się częścią The Nut Company – lidera na rynku europejskim.	2013	Rusza pierwsza reklama paluszków solonych Felix oraz pierwsza kampania łącząca TV i <i>outdoor</i> (chrupki Felix).	2022	Pierwsza kampania telewizyjna dla linii konceptowych, Orzeszków z Pieca i Orzeszków Długo Prażonych.
2002	Pierwsza reklama Felix Crispers „Gdzie chipsy rąbią, tam wiewiory lecą” otrzymuje wyróżnienie podczas 5. edycji Festiwalu Złote Orły.	2014	Marka inauguruje kampanię orzeszków oraz konkurs na limeryk z Michałem Rusinkiem w roli jurora.	2023	Orzechy szlachetne Felix, Nerkowce i Migdały z pieca po raz pierwszy pojawiają się w komunikacji w TV.
2005	Kampania reklamowa orzechów i bakalii „Matka Natura, Ojciec Felix” otrzymuje wyróżnienie podczas 8. edycji Festiwalu Złote Orły.	2015	Dwie kampanie multimedialne dla Orzeszków z pieca i nowego produktu <i>Popcorners</i> łączą <i>outdoor</i> , Internet i kino.	2024	Na rynku pojawia się Felix Fusion – rewolucja w orzeszkach ziemnych, łącząca orzeszki z intensywnym smakiem przypraw. Premierze towarzyszy kampania TV.
2008	Rusza nowa kampania reklamowa mieszanki orzeszków ziemnych i orzechów nerkowca – „Felix zdrowo namieszał”.	2018	Marka Felix wprowadza do swojego portfolio linię Felix Natura, złożoną z 6 mieszanek orzechowych.	2025	Felix Crispers „double sensation” oferują nową odsłonę chrupania i intensywnego smaku.