

KATALOG herbat i ciastek





Herbaty Świata

Szanowni Państwo,

Z przyjemnością przedstawiamy pierwszy z serii katalogów edukacyjnych, wydany przez Eurocash Cash & Carry. Wychodząc naprzeciw Państwa oczekiwaniom i rozumiejąc ile czasu zajmuje prowadzenie własnego biznesu, proponowana przez nas seria katalogów jest formą wsparcia handlowego, poprzez przekazanie informacji przydatnych w branży.

Mamy nadzieję, że lektura katalogu *Herbaty i Ciastka*, będzie dla Państwa źródłem wiedzy i przyjemności. Zapraszamy w podróż, w której poszczególne przystanki przybliżą Państwu temat związany z herbatami, począwszy od historii, przez rodzaje, plantacje herbat i jej parzenie, aż do omówienia zagadnień związanych z handlem. Myśląc o herbatcie nie sposób zapomnieć o obowiązkowym dodatku. W związku z tym, proponujemy Państwu także część poświęconą ciastkom.

W najbliższym czasie trafią do Państwa katalogi: *Soki i Syropy*, *Wina i Sery* oraz *Boże Narodzenie i Karnawał*. Tymczasem w oczekiwaniu na kolejne, życzymy chwili relaksu przy filiżance ulubionej herbaty.

Z wyrazami szacunku

Zespół Eurocash Cash & Carry

Spis treści

Historia Herbaty	4
Rejony Upraw Herbaty na Świecie	6
Rodzaje Herbat	8
Parzenie Herbaty	10
Rynek Herbat w Polsce	11
Porady Merchandisingowe Unilever	12
Bio-Active	14
Herbapol	15
Greenfield	16
Astra	17
Posti	18
Malwa	19
Irving	20
ZAS	21
Mokate – Minutka, Loyd	22
Marka Własna	24
Herbaciane Przepisy	25
Słodki Dodatek	26
Porady Merchandisingowe Kraft-Foods	28
Artur, Dr Gerard	29
Dan-Cake	30
Frito Lay	31



Historia Herbaty

Jeśli wierzyć legendzie, historia herbaty rozpoczęła się ok. 2700 r. p.n.e. w Chinach.

Legenda ta opowiada o cesarzu Szeng Nung, który to ze względów zdrowotnych pił tylko przegotowaną wodę. Któregoś dnia podczas jej gotowania, do naczynia wpadły gałązki z drzewka herbacianego. Napój, który powstał oczarował cesarza nie tylko swoim smakiem i zapachem, lecz przede wszystkim swoim pobudzającym działaniem. Od tego czasu korzystano z dziko rosnących krzewów herbacianych, ale uprawa krzewu herbacianego na większą skalę, rozpoczęła się dopiero ok. 350 r. n.e. w prowincji Yunnan w Chinach. Gdy w V wieku zaczęto na większą skalę uprawiać krzewy herbaciane, zaczął się rozwijać handel herbatą, a wraz z nim herbata zagościła na stołach innych narodów.

Pierwszym krajem, do którego zawitała herbata z Chin, była Japonia. Pojawiła się tam już w VII wieku za sprawą buddyjskich mnichów, którzy sprowadzili jej sadzonki. Pierwsza plantacja pojawiła się w Kioto, na terenie świątyni Kozanji, kolejna w miejscowości Uji, gdzie herbata jest uprawiana do dnia dzisiejszego. Następnym regionem świata, gdzie dotarła herbata była Azja Mniejsza. Pojawiła się tam dzięki kupcom arabskim już na początku IX wieku.

Kolejnym etapem podróży herbaty była Europa. Według jednych źródeł dotarła do Portugalii w 1517 roku, sprowadzona z jej zamorskich wschodnioazjatyckich kolonii. Według innych, pierwsze transporty herbaty dotarły do Holandii, a z niej do innych krajów europejskich.

W Anglii herbata pojawiła się w XVII wieku za sprawą handlarza Thomasa Garrawaya, ale na dobre „zadomowiła się” dzięki Katarzynie Braganza, portugalskiej księżniczce, która poślubiła króla Karola II, wnosząc w posagu skrzynię herbaty.

W tym samym wieku herbata dotarła również do Rosji, gdy w roku 1618 cesarz Chin przestał ją w darze carowi Michałowi Romanowowi. Doceniono ją do tego stopnia, że pod koniec XVII

wieku stała się podstawowym przedmiotem handlu rosyjskiego. Herbatę przewożono z Chin do Rosji karawanami, co odegrało istotną rolę w ekonomicznym zbliżeniu i rozwoju tych dwóch krajów, a do historii weszło pod nazwą „wielki szlak herbaciany”. Następnie zaczął działać trakt łączący Irkuck z Moskwą, dzięki czemu Syberia zyskała „łączność ze światem”. Karawany wyruszały z chińskiego miasta Kałgan, a następnie wędrowały – przez Mongolię i Syberię – prosto do Rosji. Łączna długość wielkiego szlaku herbacianego wynosiła ok. 10 tysięcy km, a biorąc pod uwagę obrót towarów, uczyniła go drugim pod względem wielkości szlakiem handlowym, zaraz po szlaku jedwabnym. Karawany przemierzały wyznaczony trakt w okresie trwającym ok. 18 miesięcy, co powodowało, że cena herbaty stale rosła i czyniła ją towarem luksusowym. W związku z tym zaczęto uprawiać herbatę w okolicach Morza Czarnego. Podobno właśnie herbata, a raczej jej transport, stał się głównym powodem budowy kolei transsyberyjskiej.

Obecnie jedyną pozostałością wielkiego szlaku herbacianego jest mieszanka herbat występująca pod nazwą „Rosyjska Karawana”. Powstała ona w wyniku połączenia kilku gatunków herbat z Chin – czarnych i czerwonych, z dodatkiem Lapsang Souchong, nadającej jej niepowtarzalny aromat, który pierwotnie był wynikiem trwającego kilkanaście miesięcy transportu z Chin do Rosji.

W XIX wieku popyt na herbatę był tak duży, że Anglicy, którzy wyjątkowo upodobałi sobie jej smak, doszli do wniosku, iż warto byłoby zająć się uprawą tej rośliny. Według nich doskonałym miejscem do jej uprawy były Indie i Ceylon. Przemawiał za nimi doskonały klimat, podobny do tego w Chinach, oraz monopol na handel w Indiach, skupiony w rękach Angielskiej Kompanii Wschodnioindyjskiej.

Czy wiesz, że...

Robert Fortune sprowadził do Europy także rośliny ozdobne, m.in. azalie, chryzantemy, berberysy oraz krzew owocowy kumkwat.

Opisał także proces produkcji papieru ryżowego i hodowli jedwabników.



Krzew herbaciany
Camellia sinensis

Rozpoczęcie uprawy herbaty w Indiach, powiodło się dzięki szkockiemu botanikowi Robertowi Fortune, który to, podstępem ukradł sadzonki i nasiona z chińskich plantacji, a następnie przestał je do Indii.

Kolejną postacią, która odegrała szczególną rolę w rozpowszechnianiu herbaty, był Sir Thomas Lipton. Poprzez założenie w 1890 roku plantacji na Ceylonie, rozpoczął on erę tworzenia plantacji herbaty na całym świecie.





Rejony Upraw Herbaty na Świecie

Plantacje herbaty istnieją w najrozmaitszych zakątkach świata. Zlokalizowane są głównie w krajach strefy zwrotnikowej, ale obecnie ważne miejsce na mapie „herbacianego świata” zajmuje także Afryka. Najbardziej liczącymi się graczami na rynku herbacianym są Chiny, Indie, Japonia, Sri Lanka i Tajwan oraz kraje Afryki Południowej, takie jak Kenia i Tanzania. Warto tutaj również wspomnieć o Paragwaju i Argentynie, które słyną z produkcji napojów mogących śmiało konkurować z tradycyjnymi herbatami.

Chiny

Chiny, to w zasadzie jedyny kraj, który może poszczycić się produkcją praktycznie wszystkich istniejących gatunków herbat. Herbata jest tam uprawiana w 18 regionach, gdzie do najważniejszych zaliczamy: Yunnan, Syczuan, Hunan, Fujian, Anhui i Zheijang.

Herbaty chińskie podbiły serca kiperów wyjątkowo szeroką gamą aromatów i smaków pozbawionych ostrości i cierpkości.

Oprócz wyjątkowej jakości herbat „klasycznych” takich jak Yunnan czy Keemun, Chiny słyną z produkcji herbat aromatyzowanych naturalnie. Najbardziej cenione z nich to: jaśminowa, różana, z owocami liczi czy Lapsang Souchong.

Japonia

Ten kraj znany jest z produkcji herbat zielonych wyjątkowej jakości. Najlepsze plantacje znajdują się na wyspach Kiusiu, Sikoku i w środkowej części Honsiu.

Najpopularniejszą herbatą w Japonii jest Bancha, która nierzadko bywa aromatyzowana, z powodu swojego nietypowego smaku, kojarzącego się z posmakiem ryby lub szpinaku. Herbata ta używana jest do przygotowywania mieszanki o nazwie Genmaiha, w której skład wchodzi również prażony ryż. Kolejną wartą uwagi herbatą jest Matcha, przeznaczona do ceremonii herbacianej. Jej charakterystyczną cechą jest postać, w jakiej występuje. Wyglądem przypomina proszek, który zalewa się wrzątkiem, a następnie rozbija specjalną trzepaczką. Ma gorzki i cierpki smak. Najwykwintniejszą spośród japońskich herbat jest Gyokuro czyli Drogocenna Rosa. Według kiperów, jest ona najlepszą herbatą zieloną na świecie. Jej wyjątkowość zaczyna się już na etapie samej produkcji. Jej krzewy, w momencie pojawienia się pączków są przykry-

wane specjalnymi matami, by w znaczący sposób ograniczyć dostęp światła. Przygotowuje się ją z pierwszych pąków i liści, zrywanych podczas pierwszego wiosennego zbioru.

Tajwan

Ta wyspa znajdująca się na Oceanie Spokojnym słynie z produkcji herbat czerwonych: Oolong i Jade Oolong. Herbata ta charakteryzuje się pełnią smaku i kwiatowym aromatem.

Sri Lanka

Herbaty ze Sri Lanki funkcjonują jako herbaty cejlońskie. Herbaty z tego rejonu świata są bardzo delikatne w smaku, a jednocześnie wyjątkowo aromatyczne. Mają charakterystyczny cierpki smak. O tym w jakim rejonie Sri Lanki powstały, „mówi” nam napar tych herbat. Te rosnące na wzgórzach dają jasny, bursztynowy kolor. Z kolei te, rosnące nisko uzyskują ciemne zabarwienie.

Najlepsze gatunki herbat cejlońskich to: Ceylon Dimbula i Ceylon Nuwara Eliya.

Indie

Główne plantacje znajdują się w północno-wschodnich i południowych Indiach. Najlepsze gatunki pochodzą z prowincji Assam i Darjeeling. Gatunki z okręgu Assam różnią się od herbat chińskich głównie intensywniejszym zabarwieniem naparu i zdecydowanie mniej wyrafinowanym aromatem. Ceni się je za moc i słodkawy smak. Użykuje się je z assamskiej odmiany krzewu herbacianego – *Camellia assamica*. W Indiach oprócz assamskiej odmiany krzewu herbacianego, uprawiana jest chińska odmiana tej rośliny. To właśnie ten gatunek, spośród oferowanych przez ten kraj, jest ceniony najbardziej. Uzyskany napar jest wyjątkowo intensywny, zarówno pod względem zabarwienia jak i aromatu. Charakteryzuje się pięknym miodowo-różanym zapachem połączonym z nietypowym posmakiem winogron muszkatel.

Kenia

Mimo tego, że afrykański klimat nie do końca odpowiada lubiącym wilgoć krzewom herbacianym, jest to rejon świata bardzo liczący się w produkcji herbaty. Krajem przodującym w tej dziedzinie jest Kenia. Najlepsze plantacje znajdują się w okolicy Jeziora Wiktorii, dzięki któremu panuje tam mikroklimat odpowiedni, by zbiory herbaty mogły trwać przez cały rok.

*„Każda filiżanka herbaty jest
wyimaginowaną podróżą.”*

Catherine Douzel



Botanicy wyróżniają dwa gatunki herbaty: herbatę chińską (*Camellia sinensis*) i herbatę indyjską (*Camellia assamica*). Herbata jest spokrewniona z kameliami i różami. W zależności od gatunku jest wiecznie zielonym drzewkiem lub krzewem o bardzo intensywnym zielonym kolorze i pięknie pachnących kwiatach.

Herbata chińska jest krzewem osiągającym nawet do 10 metrów wysokości, jednak na plantacjach przycina się je do wysokości 2-3 metrów. Plonuje nawet do 30 lat, ale zdarzają się też okazy nawet tysiącletnie.

Herbata indyjska w swojej formie jest małym drzewkiem o znacznie większych liściach niż herbata chińska. Została odkryta znacznie później od odmiany chińskiej, bo dopiero w 1835 roku, kiedy to wódz plemienia Singpho, pokazał tę roślinę brytyjskiemu oficerowi, a on rozpowszechnił jej uprawę w innych rejonach świata.





Rodzaje Herbat

Według tradycyjnego chińskiego podziału herbat wyróżniamy „sześć wielkich rodzajów herbat”. Zaliczmy do nich herbaty: czarne, zielone, białe, czerwone, żółte i tzw. oolongi.

Jednak z punktu widzenia konsumenta herbaty można podzielić na czarne, zielone, czerwone, białe – różniące się jedynie procesem obróbki liści – oraz herbaty owocowe i ziołowe. Wyróżniamy także herbaty, które tak naprawdę herbatami nie są, czyli Rooibos i Yerba mate.

Herbata czarna

Według legendy, czarna herbata powstała przez przypadek, jako efekt zamoknięcia ładunku zielonej herbaty przewożonej żaglowcem do Anglii. Jej nazwa wzięła się od koloru liści, jaki przybierają one podczas procesu fermentacji. Jednak Chińczycy określają ją mianem „herbaty czerwonej” od barwy naparu, jaki otrzymujemy po jej zaparzeniu. Herbata czarna jako gotowy produkt, powstaje wskutek kilku następujących po sobie procesów: więdnięcia, skręcania, fermentacji i suszenia. Po przejściu etapów związanych z jej obróbką, następuje jej sortowanie i określanie jakości, w zależności od stopnia rozdrobnienia liści. Liście herbaty zawierają teinę, która ma właściwości pobudzające. Teina jest odpowiednikiem kofeiny występującej w kawie, jednak dzięki zawartym w niej garbnikom, działa ona łagodniej i dużo wolniej. Dlatego też zbyt duża ilość mocnej herbaty może stać się powodem nadpobudliwości i bezsenności.

Warto spróbować:

Yunnan, Keemun, Assam Leaf, Darjeeling, Cejlońskie, Lapsang Souchong, English Breakfast, Irish Breakfast, Tea Flower

Parzenie:



3 – 5 min.



95 °C

Herbata zielona

Powstaje bez poddawania jej procesowi fermentacji. W związku z tym charakteryzuje się innym smakiem i właściwościami niż czarna. Zdaniem Chińczyków, jej picie jest gwarancją na długie życie, aktywność umysłu i zdrowie fizyczne do późnego wieku. Poprawia pamięć i koncentrację. Dzięki zawartym w niej flawonidom, chroni przed zawałem serca, wspomaga krążenie krwi, obniża poziom złego cholesterolu i wspomaga trawienie. Zwolennicy tradycyjnej medycyny chińskiej twierdzą, że dzięki dużej zawartości polifenoli, będących naturalnymi przeciwutleniaczami, zmniejsza ryzyko zachorowań na choroby nowotworowe.

Warto spróbować:

Matcha, Chun Mee, Gyokuro, Genmaicha, Sencha, Lung Ching, Natural Leaf, Gunpowder.

Parzenie:



2-4 min.



60-90 °C

Można ją parzyć nawet trzykrotnie.

Prosty sposób na określenie właściwej temperatury wody:
– po upływie 3-4 min. od zagotowania woda osiąga 90°C
– po 12-14 min. od zagotowania – 75°C

Herbata czerwona

W procesie powstawania jest czymś pośrednim między herbatą zieloną a czarną.

Charakteryzuje się nietypowym aromatem, przypominającym zapach mokrej gliniastej ziemi.

Jest wyjątkowo ceniona w Stanach Zjednoczonych i bardzo lubiana w Polsce. Znana jest ze swoich właściwości oczyszczających: usuwa toksyny z organizmu, obniża poziom cholesterolu we krwi, zapobiega miażdżycy. Wspomaga pracę wątroby i przyspiesza spalanie tkanki tłuszczowej. Z tego powodu często nazywa się ją „pożeraczem tłuszczu”. Te szczególne właściwości czerwona herbata zawdzięcza wieloletniemu procesowi leżakowania liści herbacianych. W przypadku niektórych gatunków czerwonej herbaty, liście dojrzewają nawet przez 60 lat.

Warto spróbować:

Oolong, Pu-Erh, Pouchong, Jade Oolong

Parzenie

Można ją parzyć
od 2 do 3 razy



3-7 min.



90 °C

Czy wiesz, co pijesz ?

Herbata, oprócz teiny i licznych polifenoli, zawiera wiele witamin, mikro- i makroelementów. Jest źródłem witamin z grupy B, kwasu foliowego, witamin A i C. Poza tym w jej naparze znajdziemy cynk, fluor, potas, sód, wapń oraz żelazo. Szczególnie bogate w te substancje odżywcze są herbaty białe i zielone.

Herbata biała

Powstaje z pominięciem procesu wędnięcia i fermentacji. Otrzymuje się ją z pączków i listków zbieranych ręcznie w pierwszym okresie wiosny, gdy są jeszcze nierozwinięte, pokryte meshkiem, nadającym naparowi białe zabarwienie. Krzewy są specjalnie chronione przed słońcem, aby zapobiec wytworzeniu się chlorofilu, nadającego liściom zielony kolor. Zbiera się je tylko raz w roku.

W smaku biała herbata jest dużo łagodniejsza od zielonej. Pozbawiona cierpkiego posmaku. Jej właściwości są zbliżone do tych, które posiada zielona herbata, jednak wykazuje trzykrotnie większe działanie przeciwnowotworowe. Zwalcza wolne rodniki oraz nawilża i rozświeśla cerę, dzięki czemu zyskała miano „eliksiru młodości”.

Warto spróbować:

Pai Mu Tan (Biała Piwonia),

Yin Zhen (Srebrna Igła)

Parzenie:

Można ją parzyć
nawet trzykrotnie.



5-10 min.



85 °C



Czy wiesz, że...

Herbata ekspresowa powstała przez przypadek. W 1908r. nowojorski importer herbaty Thomas Sullivan, zaczął przysyłać swoim potencjalnym klientom próbki herbat zapakowane w małe, jedwabne woreczki. Oni, nie do końca wiedząc co z tym zrobić zaczęli zalewać je wrzątkiem i używać ich do przygotowania naparu.

Herbaty owocowe

Napar uzyskuje się z owoców, często dodatkowo aromatyzowanych. Do najpopularniejszych składników herbat tego typu należą: dzika róża, czarny bez, hibiskus czy żurawina. Często wzbogaca się je skórkami cytrusów, suszonymi jabłkami, wiśniami oraz rodzynkami, pigwą i miętą.

Herbaty ziołowe

Herbaty ziołowe otrzymujemy z ziół, kwiatów i owoców, których działanie i właściwości lecznicze są znane od dawna. Należą do nich: malina, lipa, bez, melisa, mięta, koper włoski czy rumianek. Napary ziołowe w zależności od rodzaju, działają przeciwgorączkowo, wspomagają trawienie, oczyszczają lub wyciszają organizm. Na ich bazie powstają tzw. herbaty funkcjonalne, czyli złożone mieszanki ziół na konkretne dolegliwości, np. obniżające poziom cukru we krwi, odchudzające itp.





Parzenie Herbaty

O ile nie wiadomo, kiedy dokładnie zaczęto pić herbatę, o tyle pewnym jest, że krajem, który wprowadził ten zwyczaj są Chiny.

Dla Chińczyków ceremonia parzenia i picia herbaty od zawsze miała wymiar duchowy. Jej celem było i jest nadal oczyszczenie duszy, osiągnięcie harmonii z otaczającym światem oraz dążenie do wewnętrznego piękna. Rytuał picia herbaty porównywany jest z medytacją, podczas której można uciec od zgiełku dnia codziennego, koncentrując się na zdrowiu duszy i ciała.

Innym krajem, w którym picie herbaty wiązano z filozofią jest Japonia. Ceremonia parzenia i picia herbaty określana jest tam mianem „Drogi Herbaty”. Droga ta, w szerszym rozumieniu, jest drogą wiodącą do doskonałości, co jest wyrazem buddyjskiej filozofii ZEN.



W momencie, gdy herbata zyskała popularność w innych zakątkach świata i stała się towarem ogólnodostępnym, w inny sposób zaczęto podchodzić do jej spożywania. Narodem, który wyjątkowo upodobał sobie herbatę i stworzył własne zasady jej spożywania są Brytyjczycy. To właśnie dzięki nim pojawiło się słynne Five o'clock.

Mało kto wie, że „autorką” tego pomysłu była księżna Bedford, która to doszła do wniosku, że czas między obiadem a kolacją jest doskonały na składanie sobie niezobowiązujących wizyt i pomysł ten wprowadziła w życie. Jak się później okazało, został on ochoczo przyjęty przez całe Imperium Brytyjskie, zaczynając od Szkocji, na Australii kończąc, a czas przeznaczony na popołudniową filiżankę herbaty zaczęto nazywać po prostu – tea time.



Warto sprawić sobie porcelanowy kubek, filiżankę lub dzbanek. W nich herbata nie tylko lepiej smakuje, ale i ładniej wygląda.

Woda do przygotowania dobrej herbaty powinna być miękka, pozbawiona wapnia. Aby ją uzyskać warto przefiltrować wodę.

Pamiętaj, by czas parzenia dostosować do danego rodzaju herbaty.



TEA TIME CZYLI CZAS NA HERBATĘ...

Wbrew pozorom, zaparzenie idealnej herbaty nie jest takie proste. O jakości zaparzonego naparu decyduje nie tylko sama mieszanka, lecz także jakość wody, odpowiednie naczynie i umiejętność parzenia. Niestety mało kto poświęca tej czynności należyłą uwagę, by móc w pełni rozkoszować się smakiem tego wyjątkowego naparu.



Rynek Herbat

Polacy wyjątkowo upodobili sobie picie herbaty, którą można nazwać narodowym napojem dnia codziennego. Pod względem ilościowym wypijanej herbaty, na jednego mieszkańca naszego kraju, przypada więcej niż jedna filiżanka tego napoju dziennie. W tej „dyscyplinie” wyprzedzają nas tylko Irlandczycy, Anglicy i Rosjanie. Największe spożycie herbaty przypada na okres jesienno-zimowy tzn. od października do marca.

Najchętniej wybieranym rodzajem herbat w Polsce jest herbata czarna i pod względem wolumenu sprzedaży od czerwca 2010 do maja 2011, stanowiła prawie 70 %. Drugim pod względem wolumenowym był segment herbat ziołowych*. Warto jednak zauważyć, że zarówno herbaty czarne, jak i ziołowe powoli ustępują miejsca herbatom owocowym i zielonym. Herbaty zielone są bardzo zróżnicowane, biorąc pod uwagę zarówno dostępne gatunki, jak i smak, aromat i jakość. Ich popularność i ciągły wzrost sprzedaży wiąże się z promowanym ostatnio, zdrowym stylem życia i właściwościami prozdrowotnymi tego rodzaju herbat.

Z roku na rok systematycznie wzrasta także zainteresowanie herbatami owocowymi i smakowymi i właśnie ten rodzaj herbat zaczął wypierać herbatę czarną. Jednocześnie, by zaspokoić gusta coraz bardziej wybrednych konsumentów, pojawiły się herbaty z dodatkiem owoców aromatyzowanych, ale ich główną bazą nadal pozostaje herbata czarna, zielona lub biała.

W sezonie jesienno-zimowym wyjątkową popularnością cieszą się herbaty aromatyzowane olejkiem cytrynowym i malinowym oraz Earl Grey – czarna herbata aromatyzowana olejkiem bergamotki. Przebojem na nasz rynek wchodzi również mieszanki nazywane herbatami, które w istocie nimi nie są. Zaliczamy do nich: Rooibos i Yerba Mate.

Według badań rynku, najpopularniejsze wśród konsumentów są marki Saga, Lipton i Minutka, które łącznie posiadają ponad 50% udziału w rynku zarówno pod względem wartościowym, jak i ilościowym*.



Popularne marki herbaty w Polsce:

- | | | |
|--------------|------------|------------|
| • Astra | • Lipton | • Saga |
| • Bio-Active | • Loyd Tea | • Teekanne |
| • Dilmah | • Malwa | • Tetley |
| • Herbapol | • Minutka | • Vitax |
| • Irving | • Posti | • ZAS |

Marki te charakteryzują się wysoką dystrybucją. Ma je w swojej ofercie prawie każdy sklep małego formatu.

Kategoria herbat jest bardzo ważna dla sklepów spożywczych. Ponieważ obserwuje się duże przywiązanie klientów do ich ulubionej marki, ważne jest aby, oferta sklepu była bogata. Oprócz nacisku na wyeksponowanie marek liderów, warto zachęcić klientów do kupna nowości poprzez umieszczenie ich w widocznych miejscach ekspozycji. Należy również pamiętać o sezonowości tego segmentu.

W okresie wiosenno-letnim warto położyć nacisk na tzw. herbaty funkcjonalne-odchudzające, wspomagające trawienie czy orzeźwiające. Z kolei w okresie jesienno-zimowym należy zwrócić uwagę klienta, herbatami typu grzaniec. Wychodząc naprzeciw najnowszym tendencjom rynkowym producenci herbat prześcigają się w coraz to nowszych wariantach smakowych, i tak możemy znaleźć herbatę o smaku cynamonowym, migdałowym czy rumową. Często dane smaki są dostępne tylko w określonych sezonach np. w okresie świąt Bożego Narodzenia, dlatego też warto podkreślić terminowość dostępności danego produktu.

*Źródło: Poradnik Handlowca nr 09/223, XVIII ROK



Porady merchandisingowe

HERBATY W POLSCE SĄ NAPOJEM UNIWER-
SALNYM, PASUJĄCYM DO KAŻDEJ SYTUACJI,
POPIJANYM PRZY POSIŁKACH, JAK RÓWNIEŻ
EMOCJONALNYM, WYCISZAJĄCYM, PROZDRO-
WOTNYM, PITYM DLA ODPRĘŻENIA. PIJĄ JE
OSOBY W KAŻDYM WIEKU.

Niezwykle istotna jest zmiana postrzegania kategorii przez konsumentów, którzy „dojrżeli” stając się bardziej świadomi oferowanych produktów, ich właściwości oraz mających coraz bardziej wysublimowane wymagania smakowe, a przez to większe oczekiwania odnośnie produktów. Znajduje to odbicie w wynikach sprzedaży poszczególnych podkategorii herbat.

Dlatego właśnie sklepową półka powinna eksponować zróżnicowaną ofertę produktową, najlepiej rotujące warianty z poszczególnych grup produktów.

Oferta asortymentowa powinna obejmować najważniejsze, najlepiej rotujące oraz promowane warianty wymienionych segmentów. Warto się skupić na kilku najważniejszych markach. W przypadku mniejszych segmentów nie bójmy

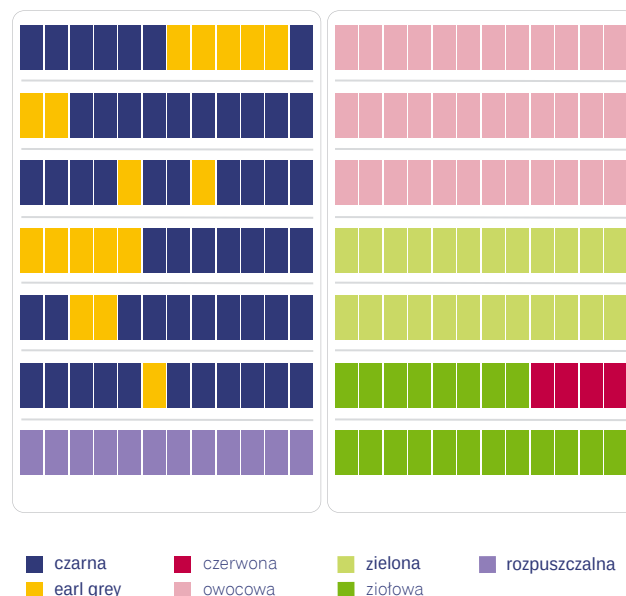


25 szt.

Herbata Lipton
ekspresowa

się ustawić jednej – dwóch największych marek. Niekwestionowanymi liderami w kategorii herbat w kanale tradycyjnym są marki Lipton (24%***) i Saga (18%***). Jeśli ograniczone miejsce nie pozwala nam umieścić na półce wielu wariantów w pierwszej kolejności należy ograniczyć ekspozycję tych wariantów, które stanowią bardzo podobną ofertę do wariantów lepiej rotujących (np. kolejny wariant z tej samej podkategorii, w podobnej cenie, tej samej gramatury oraz smaku). Przykładowo: jeśli mamy możliwość zalistowania trzech wariantów herbaty owocowej niech będzie to herbata: malinowa, miętowo-cytrynowa i jabłkowa, a nie trzy warianty herbaty malinowej. Jeśli mamy miejsce na kilka wariantów herbaty czarnej, niech znajdzie się wśród nich przynajmniej jeden reprezentant herbaty granulowanej oraz liściastej. Ważne by, ta ograniczona oferta była oparta o znanych markach, na najlepiej rotujących produktach.

Regał z herbatami



Ustawiając herbaty należy spojrzeć na nie przez pryzmat segmentów, na które możemy je podzielić (herbaty czarne, Earl Grey, zielone, owocowe, czerwone i ziołowe) oraz formę (ekspresowe i sypkie). Z uwagi na takie postrzeganie półki przez konsumentów dla większej przejrzystości i ułatwienia nawigacji, **herbaty powinny być ustawiane właśnie według segmentów, a nie marek**. Dopiero po odpowiednim podziale na segmenty ustawiamy dane marki koło siebie.

Najpopularniejsze oczywiście są **herbaty czarne**, które pomimo procentowego spadku stanowią trzon kategorii (48,37%)*. W ostatnich latach obserwujemy stopniowy wzrost segmentu **herbat Earl Grey** (9,01%)*. Są one relatywnie droższe od herbat czarnych niearomatyzowanych, co potwierdza iż konsumenci gotowi są zapłacić więcej za swoje ulubione produkty. Układając ekspozycję **warto połączyć na półce herbaty czarne i Earl Grey**, które są kupowane w podobny sposób (jako uzupełnienie zapasów) oraz w podobny sposób konsumowane (jako dodatek do posiłków). **Herbaty czarne i Earl Grey powinny zajmować ok. połowy ekspozycji całej kategorii. Na wysokości wzroku najlepiej ustawić popularniejsze, łatwo rozpoznawane warianty.** Znane marki pomogą przyciągnąć konsumenta do półki z napojami herbacianymi.

Inne segmenty, które generują dużą wartość sprzedaży to: **herbaty owocowe** (20,73%)*. **Je podobnie jak herbaty zielone, powinniśmy ustawiać możliwie na półkach dobrze widocznych** (wysokość 50-160cm). Warto zwrócić uwagę na **coraz popularniejsze herbatki złożone tylko z suszu owocowego i ustawiać najpopularniejsze na wysokości wzroku**. Są to m.in. owocowe warianty marki Saga. Ostatnio coraz większą popularnością cieszą się też **herbaty zielone** i połączone z tym segmentem **herbaty białe** (10,26%)*, które są coraz śmielej promowane przez producentów. **Dobrze, żeby zajmowały miejsce obok wspomnianej wcześniej ekspozycji z herbatami owocowymi.** Obie te kategorie są znacznie częściej kupowane w sposób impulsowy niż herbaty czarne czy ziołowe. Warto zatem, by można je było łatwo zauważyć.

Najniższe półki przeznaczmy na herbaty czerwone (2,56%)*, **oraz ziołowe** (8,95%)*.

* Źródło: Unilever za Nielsen: udziały wartościowe w rynku herbaty dla small format (<300 m kw) w okresie sierpień 2010 – lipiec 2011

** Źródło: Unilever za Nielsen: procentowy udział (wartościowy) w rynku herbaty dla small format (<300 m kw) w okresie sierpień 2010 – lipiec 2011

*** Źródło: Unilever za Nielsen: procentowy udział w rynku herbat small format (<300 m kw) w okresie sierpień 2010 – lipiec 2011



Wraz z nadejściem jesieni, warto zadbać o odświeżenie i lepsze, niż w sezonie letnim, wyeksponowanie herbacianej półki.



Herbata owocowa Saga ekspresowa

dzika róża, pigwa i truskawka
dzika róża i owoce leśne
dzika róża i malina

30 szt.



Odkryj to, co lubisz!

Zielone herbaty

Bio-Active istnieje na rynku od 2000 roku starając się zaskakiwać swoich konsumentów wysoką jakością i różnorodnością produktów. Od 3 lat jest jedną z najdynamiczniej rozwijających się firm herbacianych na rynku. Ugruntował swoją pozycję w herbatach czerwonych, będąc absolutnym liderem rynku z niemal 75% udziałem w kanale nowoczesnym i 65% w rynku tradycyjnym*.

Konsumenci cenią markę Bio-Active za wysoką jakość oferowanych produktów, która w połączeniu z rozsądną ceną, jest gwarancją zdobycia serca klientów gotowych wypróbować kolejne nowości.

Bio-Active jest liderem rynku herbat zielonych liściastych oraz zdecydowanym vice-liderem patrząc na cały rynek herbat zielonych. Obecnie stawia na rozwój herbat owocowych, ziołowych i mieszanek ze świata.

* Badania AC NIELSEN August/September 2011 Value Share Total Poland dla herbat czerwonych.



Czy wiesz, że...

jako jedyna firma herbaciana w Polsce Bio-Active posiada doświadczonego kiper. Przed wprowadzeniem na rynek każdej nowej herbacianej mieszanki wykonuje on wiele prób w poszukiwaniu idealnego połączenia smaków.



Herbata Bio-Active
zielona liściasta

100 g

z pomarańczą
z owocem maliny
z owocem pigwy
z kawałkami opuncji

W ofercie Bio-Active znajdziesz najwyższej jakości herbaty czerwone, białe i zielone z najrozmaitszymi dodatkami, a także herbaty owocowe i ziołowe.



ZIELNIK POLSKI

Zioła w postaci herbatek ziołowych stosuje się od setek lat, i jest to najstarsza znana w Polsce kategoria herbat. W ostatnim okresie przeżywa swój renesans, co wpływa również na pozytywną dynamikę wzrostu tej kategorii.

Zielnik Polski oferuje swoim użytkownikom tylko najlepsze zioła pozyskiwane przez firmowe punkty skupu zlokalizowane w najczystszych, wschodnich rejonach Polski. Pełna linia produktów obejmuje 7 jednorodnych ziół, spośród których Mięta, Melisa i Rumianek są najchętniej wybierane przez Konsumentów w swojej kategorii na rynku.

Wzrastające zainteresowanie herbatami ziołowymi wpływa na ciągły rozwój kategorii. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom naszych Konsumentów w 2011 roku wprowadziliśmy linię 4 ziół smakowych – to połączenia dobroczynnych ziół i pysznych owocowych smaków.

ZIELNIK POLSKI LIDEREM W KATEGORII HERBAT ZIOŁOWYCH.

Wszystkie te aspekty wpływają na duże zainteresowanie Konsumentów produktami Zielnik Polski, co jednocześnie przekłada się na pozycję lidera w kategorii herbat ziołowych*.

Zielnik Polski herbata ziołowa ekspresowa

Melisa
Rumianek
Mięta

20 szt.



* Źródło: ACN, JJ'2011

*„Z bogactwa natury
przekazujemy ludziom jej esencję.”*

Czy wiesz, że...

Herbata Zielnik Polski
to jedyna marka,
która uzyskała
rekomendację
Uzdrowiska Nałęczów.



Greenfield®



www.greenfieldtea.co.uk

GREENFIELD. HERBATA STWORZONA DLA ROZKOSZY SMAKU

Wśród tysiąca gatunków herbat można wyodrębnić te, które odkrywają wszystko co najlepsze w herbacie: całą pełnię smaku i aromatu. Właśnie takie gatunki dostarczają herbaty Greenfield – angielskie herbaty marki Premium.

Wspaniałe kolekcje Greenfield otworzą przed Wami najlepsze gatunki czarnej, zielonej, czerwonej i białej herbaty zebrane na najlepszych plantacjach Cejlonu, Indii, Kenii, Chin i Japonii.

W propozycji Greenfield znajdziecie m. in. wyrazisty **Golden Ceylon** i romantyczny **Earl Grey Fantasy**, wyhodowany na Cejlonie, nasycony kenijskim słońcem **Kenyan Sunrise** z plantacji Kericho w Kenii i lekko orzeźwiającą zieloną her-

batę **Flying Dragon**, zebraną w górach w znanej chińskiej plantacji Hunan.

Wyjątkową propozycją Greenfield są niepowtarzalne herbaciane kompozycje z owocami, aromatycznymi przyprawami, delikatnymi kwiatami i pachnącymi ziołami. Te herbaty przygotowane zgodnie ze specjalnie opracowanymi recepturami odkrywają różnorodność smaków, zachowując przy tym niepowtarzalny aromat i kolor.

Spróbujcie także lekkich kompozycji zielonej i białej herbaty z aromatyzowanymi ziołami i owocami – **Green Melissa**, **Tropical Marvel**, **Mango Delight** i **Summer Bouquet**.



Golden Ceylon
czarna cejlońska herbata
z prowincji Rugunu



Flying Dragon
zielona chińska herbata
z prowincji Hunan



Earl Grey Fantasy
czarna cejlońska herbata
z prowincji Uwa z lekkim
aromatem limonki i bergamotu



Kenyan Sunrise
czarna kenijska
herbata z rejonu
Kericho



Green Melissa
zielona chińska herbata
z miętą i melisą



Tropical Marvel
zielona chińska herbata
z ananase i imbiem



Summer Bouquet
owocowa herbata z dziką różą,
hibiskusem, jabłkiem i maliną



Mango Delight
biała chińska herbata
z mango i jabłkiem

Greenfield oferuje ekskluzywną świeżość zawartą we wszystkich gatunkach herbat, a dzięki nowoczesnym technologiom gwarantuje najlepszą jakość finalnego produktu. Wszystkie herbaty Greenfield pakowane są hermetycznie, co zapewnia im trwałość smaku, zapachu i koloru.



Herbata ekspresowa Rooibos

z czerwono krzewu,
bez kofeiny

25 szt.

Herbata ekspresowa Yerba Mate

z ostrokrzewu
paragwajskiego,
o smaku limonki

25 szt.



Bardzo ceniony przez smakoszy jest **ROOIBOS** – smaczna i aromatyczna herbata o intensywnym czerwonym kolorze naparu, przywożona aż z Przylądka Dobrej Nadziei.

Jest bogatym źródłem przeciwutleniaczy przez co pozytywnie wpływa na układ nerwowy i cały organizm. Posiada rzadko spotykany bogaty zestaw mikroelementów: magnez, potas, sod i wapń. Obecne w niej flawonoidy łagodzą stres, działają relaksująco i odprężająco. Brak kofeiny w herbatie Rooibos daje możliwość delektowania się jej smakiem o każdej porze dnia, nawet przed tuz przed snem.

Wyjątkowa **YERBA MATE** to herbata z ostrokrzewu paragwajskiego, skutecznie podtrzymująca młodość, zdrowie i vitalność organizmu. Wzmacnia ciało i umysł, pomaga zwalczyć stres oraz zmęczenie.

Dzięki zawartej w niej kofeinie, można ją wypić zamiast kawy. Skutecznie przyspiesza przemianę materii często jest stosowana jako składnik diety odchudzającej. Wyczuwalny smak limonki jest idealny na każdą porę roku.

POZNAŃSKA
PALARNIA KAWY

ASTRA

— OD 1973 —



Herbaty Świata

SAFARI to czarna herbata z Kenii z ogrodów położonych w samym sercu Afryki Środkowej na Wyżynie Mount Kenya. Dzięki bezpośrednim dostawom surowca herbata jest pakowana w ciągu zaledwie 10 tygodni od momentu zbioru na plantacji, co daje gwarancję najwyższej świeżości. Herbata Safari dostarcza cennych związków wpływających na nasze dobre samopoczucie i vitalność organizmu, a intensywny czerwono-mahoniowy kolor naparu działa energetyzująco na nasze zmysły.

Herbata ekspresowa Safari

100% czarna afrykańska herbata z Kenii

25 szt.





Smaki orientu

Zielona herbata jest świetną alternatywą dla popularnych, choć działających tylko doraźnie napojów energetycznych – wspaniale pobudza, a także znakomicie poprawia pamięć i koncentrację. Zawarta w zielonej herbacie teina, w odróżnieniu od kofeiny pochodzącej z kawy i napojów energetycznych, nie działa gwałtownie, lecz daje długotrwały efekt pobudzenia. Dodatkowo, regularne picie zielonej herbaty w dłuższej perspektywie bardzo dobrze wpływa na zdrowie i ogólne samopoczucie. Zawarte w niej polifenole wspomagają termogenezę i spalanie tkanki tłuszczowej, a zatem są pomocne podczas odchudzania. Polifenole wymiatają również wolne rodniki, które opóźniają procesy starzenia organizmu i zapobiegają rozwojowi chorób cywilizacyjnych.



Herbata POSTI
zielona liściasta

100 g

Pochodzi z wysokogórskich plantacji w prowincji Yunnan i jest to jedna z najszlachetniejszych odmian tego napoju. Jej małe srebrzystoszare listki dają wspaniały napar o słomkowej barwie i lekko słodkim smaku, co świadczy o najwyższej jakości.

Herbata POSTI zielona ekspresowa

z kawałkami truskawek
z sokiem cytrynowym
klasyczna

20 szt.



Czy wiesz, że...

Prezentowane herbaty
zielone POSTI otrzymały
logo programu
„Wiem co wybieram”





Z natury owocowe

Zdrowe odżywianie jest obecnie nie tylko modą, ale również sposobem na zdrowy styl życia. Wiedza społeczeństwa i świadomość konsumenta odnośnie sposobów zapewnienia vitalności organizmu, nieustannie wzrasta. Przyczynia się to do wzmożonego zainteresowania produktami spożywczymi pochodzenia naturalnego. Zwolennikom zdrowego trybu życia oferujemy szeroką gamę herbat MALWA.

Bardzo dobre jakościowo herbatki owocowe i ziołowe są bogate w witaminy, mikroelementy, błonnik oraz wiele specyficznych związków czynnych, które usprawniają funkcjonowanie naszego organizmu i zachęcają do większej aktywności.

Bogactwo smaku i aromatu oraz gwarancja wysokiej jakości sprawia, że herbaty MALWA mają swoich wiernych, zadowolonych konsumentów.

W ofercie znajdziecie Państwo herbaty ziołowe, owocowe z dodatkiem tradycyjnych polskich owoców, jak i egzotycznych typu granat oraz szeroką gamę herbat zielonych. Uzupełnienie oferty stanowią herbaty czarne, czerwone i białe.

Wszystkie linie łączy najwyższa jakość naturalnych surowców, bez dodatku aromatów syntetycznych, co gwarantuje pełnię naturalnego smaku i zapachu herbat Malwa.

Herbata Malwa zielona

klasyk
z owocem granatu
z owocem żurawiny
z imbirem i cytryną

100 g



Produkcja herbat MALWA oparta jest na tradycyjnych recepturach przy wykorzystaniu najnowszych linii technologicznych. Priorytetem firmy jest jakość i spełnianie oczekiwań konsumentów. Firma MALWA posiada ZEZWOLENIE NA WYTWARZANIE PRODUKTÓW FARMACEUTYCZNYCH.

Czy wiesz, że...

Firma Malwa rozpoczęła swoją działalność w 1986 r. jako producent leczniczych zestawów ziołowych, a obecnie jest jednym z czołowych liderów w branży zielarskiej w segmencie herbat owocowych, ziołowych i zielonych.



Esencja dobrego dnia!



- ✦ **jeden z najważniejszych graczy segmentu premium**
Pozycja wicelidera w herbatkach aromatyzowanych i białych. Marka numer 3 w segmencie herbat zielonych ekspresowych.
- ✦ **najwyższa jakość i doskonały smak**
Receptury tworzone specjalnie dla polskich konsumentów i doceniane przez nich!
- ✦ **innowacyjna, stale rozwijana oferta**
Szerokie portfolio herbat czarnych, zielonych, białych, aromatyzowanych oraz „wellness”.

sprzedaż herbat Irving wspierają:



www.irving.pl



Czarne Herbaty ZAS

Herbaty ZAS to harmonijne połączenie walorów zdrowotnych i dobrego smaku. Staranny dobór i bezpośredni import surowca z najbardziej cenionych regionów w Indiach, Chinach i na Sri Lance stwarza możliwość poznania herbat z różnych rejonów świata. W ofercie znajdziemy zarówno herbaty liściaste jak i granulowane, takie jak Assam, Yunnan, Madras oraz Golden Tea. Herbaty ZAS zaparzone w tradycyjny sposób, charakteryzują się zwiększoną intensywnością naparu oraz gwarantują wyjątkowo bogaty smak i głęboką bursztynową barwę.



Herbata liściasta ASSAM

Ta wysokiej jakości herbata czarna liściasta, dająca mocny, aromatyczny napar pochodzi z rejonu ASSAM w Indiach. Tropikalny klimat, żyzna gleba i duża wilgotność powietrza zapewniają tej odmianie doskonałe walory smakowe.

80 g

Herbata liściasta YUNNAN

Tradycyjna chińska herbata liściasta pochodząca z najlepszych plantacji w regionie YUNNAN w Chinach. To herbata o mocnym, intensywnym naparze, garbnikowym smaku i charakterystycznym aromacie.

80 g



Seria herbat liściastych ZAS przeznaczona jest dla osób preferujących tradycyjny sposób parzenia herbaty.



Herbata granulowana GOLDEN TEA

Mieszanek herbat granulowanych przygotowanych na bazie herbat indyjskich. Zastosowana technologia produkcji herbat CTC pozwala uzyskać w wygodny sposób intensywny napar o bursztynowej barwie.

80 g



Herbaty Owocowe Mokate

Herbata firmy MOKATE S.A. to gwarancja wyjątkowego smaku i jakości. Każda herbata zawiera wysokogatunkowe składniki, ujmujące niepowtarzalnym smakiem. Niezmiennosc smaku gwarantuje ścisłe przestrzeganie receptury, system codziennej kontroli surowca oraz smaku. Jako jeden z wiodących producentów herbat w Polsce, firma MOKATE S.A. postawiła sobie za cel dbanie o zdrowie i komfort swoich Klientów poprzez udoskonalanie swoich produktów. MOKATE S.A. oferuje dwie serie herbat: Minutka, LOYD.

Poncz cytrusowo-goździkowy

- 2 szklanki naparu z czarnej herbaty aromatyzowanej
- 1 cytryna
- 4 pomarańcze
- 4 goździki
- 1 laska cynamonu
- 1 ziarenko kardamonu
- 1 szklanka rumu
- 1 butelka ulubionego czerwonego wina
- cukier do smaku

Wino zagotować, na początku dodając do niego wszystkie przyprawy. Następnie przecedzić, dodać rum i sok z cytryny. Dostodzić do smaku. Pomarańcze wyszorować i razem ze skórką pokroić w plastry. Przełożyć do szklanek i zalać gorącym ponczem.



Herbata LOYD owocowa aromatyzowana

dzika róża – jabłko
jagoda – jeżyna
malina – truskawka

20 torebek

LOYD herbaty owocowe w torebkach piramidalnych

Linia ekspresowych herbat owocowych LOYD w torebkach piramidalnych, to wyjątkowa oferta wprowadzająca nową jakość parzenia herbaty. Kształt torebki ma decydujące znaczenie podczas przyrządzania naparu. Zwiększona objętość piramidki, w porównaniu z dostępnymi na rynku jedno- i dwukomorowymi saszetkami, zapewnia swobodną cyrkulację wody dzięki zachowaniu kształtu nawet po zalaniu wodą, co bezpośrednio przekłada się na szybkość i jakość parzenia herbaty. Przy tej samej gramaturze herbaty, napar uzyskany z torebki piramidalnej charakteryzuje się głębszym i intensywniejszym kolorem, a co ważniejsze, dostarcza niezwykłych doznań smakowych. Owocowe herbaty w torebkach piramidalnych to różnorodność i doskonałość smaku każdego dnia.



30+2 torebki

Herbata owocowa Minutka
ekspresowa z sokiem

malina – truskawka – granat
jeżyna – malina – jagoda
dzika róża – malina – żurawina
wiśnia – żurawina – granat



Czy wiesz, że...

Firma MOKATE jako największy polski producent herbaty, znalazła się w gronie najbardziej innowacyjnych przedsiębiorstw 2011 r. wyróżnionych przez tygodnik WPROST. Do tego tytułu nominowanych było 500 firm, rekomendowanych przez Instytut Nauk Ekonomicznych PAN.



Herbata zielona Minutka

malina – żurawina
opuncja – pigwa

25+3 torebki

Herbaty Minutka to linia ekonomicznych herbat ekspresowych. Różnorodność smaków opartych na dobrej jakości herbatkach czarnych, zielonych oraz mieszankach owocowych, gwarantują wyjątkowość i niezmienną jakość smaku przyrządzanego naparu.

Zielona Minutka to herbata stanowiąca doskonałe urozmaicenie dla osób doceniających wyjątkowość tego rodzaju herbaty. Odpowiednie połączenie liści zielonej herbaty z suszonymi owocami zapewnia delikatny smak bez charakterystycznej dla tych herbat goryczki.

Owocowa Minutka składa się z bardzo popularnych smaków mieszanek owoców. Wyróżnikiem oferty jest również zawartość soku owocowego.

Mariusz Kubica/Brand Manager Mokate S.A.

Marka Własna

Czy wiesz, że...

Terminem „marka własna” określamy produkty wytwarzane na zlecenie konkretnej sieci handlowej, opatrzone etykietą z nazwą tej sieci, dostępne wyłącznie w sklepach do niej należących.



Herbata czarna
CZAJ TEJ

100 torebek

Posiadanie w swojej ofercie marki własnej jest gwarancją na wygenerowanie: wysokiej marży, dużego obrotu i wysokiego zysku.



Początki marki własnej sięgają połowy lat siedemdziesiątych XX wieku, kiedy to jedna z francuskich sieci handlowych zaczęła wprowadzać tzw. wolne produkty. Głównym celem pomysłodawcy było przekonanie konsumentów, że produkty no name, mogą swobodnie konkurować z produktami markowymi, różniąc się od nich niską ceną, przy porównywalnej jakości.

W Polsce o marce własnej można mówić od 1998 r., a pionierami w tej dziedzinie handlu były hipermarkety. Pomysł ten zrodził się z silnej konkurencji między nimi. Markę własną wprowadzono na rynek polski, podobnie jak we Francji, pod hasłem produktu taniego, o jakości zbliżonej do marek producenckich. Biorąc pod uwagę zasobność portfela przeciętnego Polaka, która różniła się znacznie od tej, którą mógł się pochwalić Europejczyk „z zachodu”, marka własna została dobrze przyjęta przez polskie społeczeństwo, a jej rola w codziennych zakupach, z roku na rok wzrasta. Jednak początkowo była oceniana jako zdecydowanie gorsza od marek znanych producentów. Obecnie marki własne są coraz częściej postrzegane przez konsumentów jako produkty o poziomie jakości bardzo przybliżonym do poziomowi marek wiodących producentów.

Głównym czynnikiem, który wpłynął na takie postrzeganie marek własnych, jest znacząca poprawa jakości oferowanych produktów oraz spowolnienie we wprowadzaniu innowacyjności nowych produktów przez marki wiodące. Z punktu widzenia szeroko rozumianego handlu, posiadanie marki własnej jest jednym z silniejszych atutów walki konkurencyjnej z sieciami dysponującymi silną marką własną. Produkty marki własnej Eurocash Cash & Cary dają szansę konkurowania z ogromnymi sieciami.



Herbata miętowa
MAGIC GARDEN

20 torebek



Ciasteczka Earl Grey

SKŁADNIKI

- szklanka mąki
- łyżka masła
- 2 żółtka
- 7 łyżek cukru pudru
- łyżka herbaty liściastej Earl Gray
- łyżeczka skórki z pomarańczy

PRZYGOTOWANIE

Masło utrzyj z cukrem pudrem i żółtkami na gładką masę. Dodaj herbatę, skórkę pomarańczową oraz mąkę i dokładnie wymieszaj. Uformuj kulę, zawiń w folię i wstaw do lodówki na 30 minut.

Blachę do pieczenia wyłóż papierem do pieczenia. Z ciasta uformuj wałek o średnicy 5 cm i pokrój na plastry po 0,5 cm. Ciasteczka ułóż na blasze zachowując między nimi odstęp. Piecz na złoty kolor około 10 minut w temperaturze 180°C.

Keks Herbacyany

SKŁADNIKI

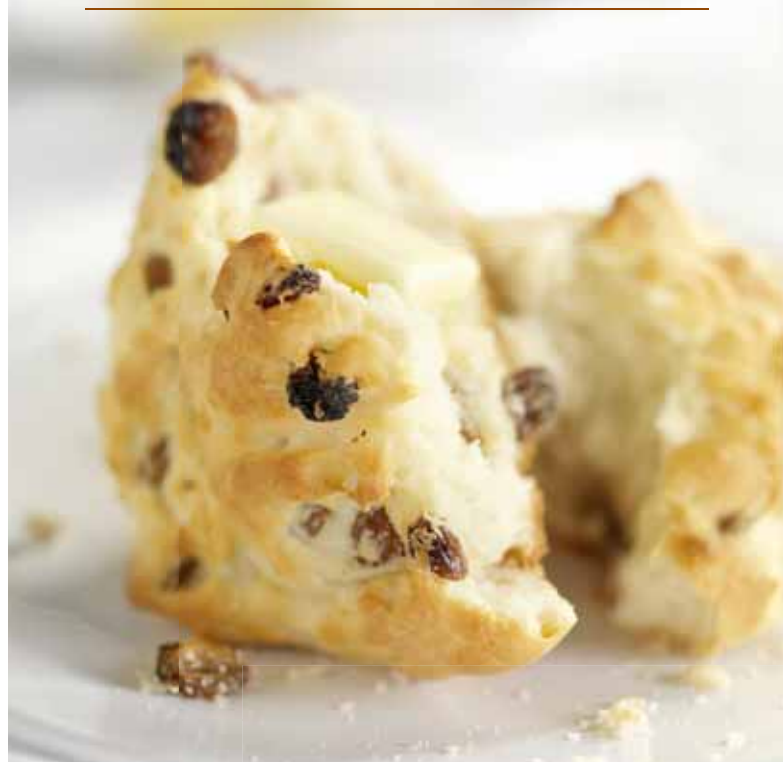
- 300 ml mocnego naparu czarnej herbaty
- 15 dkg rodzynek sułtańskich
- 10 dkg kandyzowanej skórki pomarańczowej i tyle samo cytrynowej
- 1 jajko
- 15 dkg zmielonych otrębów
- 1 łyżka proszku do pieczenia
- sól

PRZYGOTOWANIE

Rodzynki i kandyzowane skórki z cytrusów zalej chłodną herbatą, możesz dosłodzić do smaku, szczelnie zamknij i odstaw na noc. Ubij jajko, następnie otręby wraz z proszkiem do pieczenia i szczyptą soli dodaj do jaka i bakalii. Wyrób jednolite ciasto.

Przełóż do formy wyłożonej papierem do pieczenia i wstaw do piekarnika nagrzanego do 180°C. Piecz ok. 60 minut.

Herbacyane Przepisy



Nalewka Herbacyana

SKŁADNIKI

- 1 łyżka czarnej liściastej herbaty
- Kilka suszonych śliwek i rodzynek
- Kawałek laski cynamonu
- 1/2 l czystej wódki

PRZYGOTOWANIE

Herbatę zalej wódką. Następnie dodaj suszone śliwki, rodzynki i laskę cynamonu. Całość przelej do stoika i odstaw na 2 tygodnie. Po tym okresie przefiltruj przez gazę i zlej do butelki.



Ciastka

Czy wiesz, że...

Największe ciastko na świecie
upiekła firma Immaculate
Baking Co. z USA.

To wyjątkowe ciastko powstało
w 2003 roku, miało średnicę 30.5 m
i ważyło prawie dwie tony.





Słodki
dodatek...

Ciastka – słodka przyjemność

Czy wiesz, że...

Ciastka i Wafle paczkowane są jedną z ważniejszych kategorii w sklepie, która plasuje się na ósmym miejscu pod względem obrotów wśród wszystkich produktów spożywczych. Zakup ciastek i wafli paczkowanych jest w dużej mierze nieplanowany, dlatego ważne jest, aby kategoria była dobrze widoczna.

Pierwszym krokiem przy budowaniu półki jest dobór asortymentu. Konsumenci w kategorii ciastek wyróżniają dziewięć segmentów, dlatego należy odpowiednio dobrać produkty dla każdego z nich. Należy pamiętać, iż w pierwszej kolejności powinniśmy postawić na marki cieszące się największym zainteresowaniem wśród klientów oraz zaspokajające potrzeby naszych klientów. Ilość produktów powinna być dostosowana do wielkości danego segmentu, i tak największe segmenty: Wafli Paczkowanych (wafle powyżej 60g, typu: Prince Polo 141g*), Jaffa (biskopki z galaretką w czekoladzie, typu: Delicje Szampańskie 147g*, Milka Jaffa 147g*) oraz Kruche (typu: San Łakotki 168g*, Milka ChocoMoo 160g*) powinny być reprezentowane przez największą liczbę produktów oraz zajmować znaczną część powierzchni przeznaczoną dla Ciastek i Wafli Paczkowanych. Natomiast segmenty: Herbatniki (typu: LU Petitki Herbatniki 111g*, 85g*), Pierniczki (typu: Milka Pierniczki 160g*), Pożywne (typu: LU GO!*, San Holenderskie*, San Złotokłose*), Biskopki (typu: LU Petitki Biskopki 120g*, San Biskopki 140g*), Markizy (typu: Oreo 176g*), Cookies (ciasteczka „z piegami”, typu: Pieguski ciasteczka 135g*) powinny być reprezentowane przez węższą gamę produktów i zajmować odpowiednio mniej miejsca. Należy także pamiętać o różnorodności cenowej produktów. Każdy segment powinien być reprezentowany przez lidera rynkowego oraz przez producenta oferującego produkty tańsze cenowo. Jako klucz doboru warto zwrócić uwagę na udziały rynkowe i wsparcie produktu w mediach (to inwestycja producenta pobudzająca sprzedaż z półek) oraz rozpoznawalność marki.

JAFFA VS WAFLE

Po dobraniu asortymentu, następnym istotnym elementem we właściwym zarządzaniu kategorią jest zaplanowanie miejsca i sposobu ekspozycji. Jak każda inna kategoria, również ciastka powinny mieć wyraźnie wydzielone miejsce. Z definicji zaliczają się one do przekąsek, dlatego często układane są w pobliżu czekolad, impulsów oraz kawy i herbaty.

Kolejnym ważnym punktem przy planowaniu półki jest odpowiednie rozmieszczenie segmentów w kategorii. Przede wszystkim należy zwrócić uwagę na odpowiednią ilość miejsca dla poszczególnych segmentów (zgodną z udziałami rynkowymi) oraz na okazje zakupowe klientów: „czysta przyjemność”, „słodka przerwa”, „do kawy i herbaty” oraz „pożywne”. I tak najlepiej zacząć kategorię od „czystej przyjemności”: Jaffa i Pierniczki, przez „słodką przerwę”: Cookies i Markizy oraz „pożywne”: Pożywne i Biskopki do „Do kawy i herbaty”: Kruche, Herbatniki i Wafle paczkowane, co pozwoli na zainteresowanie klienta produktami droższymi, przynoszącymi więcej zysków. Wewnątrz segmentów produkty zwykle układane są wg marki, następnie ceny.

PÓŁKA

Ponieważ zakup ciastek jest najczęściej nieplanowany należy przygotować ich ekspozycję tak, aby zainteresować klienta kategorią. Z tego powodu najlepszym sposobem jest przyciągnięcie klienta do kategorii za pomocą najlepiej rozpoznawalnej marki wśród ciastek (Delicje Szampańskie 147g*). Dobrze widoczne Delicje Szampańskie*, zlokalizowane na wysokości wzroku, na pierwszych półkach spowodują przyciągnięcie uwagi klienta do kategorii, a co za tym idzie jego zainteresowanie kategorią. Ważne jest też utrzymanie porządku na półkach poprzez utrzymanie segmentacji produktów, dobrego oznakowania cenowego oraz materiałów reklamowych pomagających łatwo i szybko odnaleźć odpowiednie segmenty/produkty. Warto jednak w tym momencie zwrócić uwagę, iż za duża liczba materiałów reklamowych może spowodować dezorientację klienta. Należy skoncentrować się na najważniejszych segmentach /markach i zwrócić uwagę, aby odpowiedni materiał reklamowy znajdował się przy odpowiednim segmencie / produkcie.

Istotny jest także sposób patrzenia przez klienta na półki, podobny do czytania książki: od lewej do prawej, od góry do dołu. Jednak miejsce najczęściej przyciągające wzrok znajduje się w obrębie środka danej kategorii (o ile nie zajmuje ona na regale kilku metrów bieżących). Mając to na uwadze, idealnym rozwiązaniem podnoszącym obrót i marżowość kategorii wydaje się ustawienie w tych gorących miejscach produktów, które charakteryzują się dużą popularnością i są często reklamowane. Są to jednocześnie produkty najlepiej rotujące, takie jak Delicje Szampańskie 147g*, Oreo*, Łakotki*.

* Przykłady produktów z portfolio firmy Kraft Foods Polska

Dorota Sitkowska
Category Management Supervisor Kraft Foods Polska S.A.



Adwokatki

Okrągłe kruche kakaowe ciastka z wypełnieniem o smaku adwokatu tworzą kuszącą słodką kompozycję.

1,2 kg



Na każdą okazję...



Markizy Al Capone

Każda markiza to duża porcja słodczy, na którą składają się trzy kruche herbatniki przełożone dwoma warstwami śmietankowo-cytrynowego kremu.

1,2 kg



Słone krakersy Mix

Doskonała słona przekąska zrobi furorę zarówno solo, jak i podana w towarzystwie smakowitych dipów!

0,9 kg



Ciasteczka z Pasją

Dr Gerard Sp. z o.o.
ul. Poznańska 129/133
05-850 Ożarów Mazowiecki
tel. +48 22 722 46 46
www.drgerard.eu



Dr Gerard jest najszybciej rozwijającą się marką na rynku ciastkarsko-piekarniczym*. W swojej ofercie posiada produkt nr 1 w Polsce**. PryncyPałki oraz całą gamę produktów z kategorii biszkoptów, ciastek kruchych, markiz, draży, krakersów. Kategorią, która została stworzona przez Dr Gerard i jest przez nas intensywnie budowana są „czekoladki na ciastku”, które łączą unikalne rozwiązania technologiczne z kategorii pralin z technologiami ciastkarskimi. Takie połączenie grubej, kruchej czekoladowej skorupki z kremem i herbatnikiem (np. w Kremisiach, Pasji), lub kremem i galaretką (np. Fraszka Wilczy Apetyt) dostarcza Konsumentom wrażeń smakowych, które są niedostępne w ofertach innych producentów. Wystarczy spróbować... Naszym najnowszym produktem jest MiniFraszka, będąca flirtem czekoladki i pomarańczy na puszystym biszkopcie.

* wg Nielsen, wolumen sprzedaży, w okresie AS-JJ 2011 z wyłączeniem wafli impulsowych i draży.

** wg Nielsen, wartość sprzedaży w okresie FM-JJ 2011 z wyłączeniem wafli impulsowych i draży.

Rafał Wolski/Brand Manager marki Dr Gerard.



Torcik herbaciany

SKŁADNIKI

- 2 gotowe spody tortowe Dan Cake
- 4 torebki zielonej herbaty do przygotowania szklanki naparu
- 2 żółtka
- 2 łyżeczki żelatyny
- 4 łyżki cukru pudru
- 2 łyżeczki cukru waniliowego
- 2 łyżeczki soku z cytryny
- 30 g orzeszków pistacjowych
- 1 szklanka śmietanki kremówki
- 0,5 szklanki ponczu do nasączenia
- listki mięty do dekoracji

PRZYGOTOWANIE

Żółtka utrzyj razem z cukrem waniliowym, cukrem pudrem oraz sokiem z cytryny. W międzyczasie zaparz herbatę i zostaw ją pod przykryciem na min. 10 minut i poczekaj aż będzie letnia. Następnie cały czas mieszając, stopniowo wlewaj napar herbaty. Na koniec dodaj żelatynę rozpuszczoną w dwóch łyżkach wody i wymieszaj. Ubij śmietanę, wymieszaj z pistacjami i dodaj ją stopniowo do kremu z żółtek i herbaty. Gotowym kremem przełóż blaty biszkoptowe nasączone ponczem, smarując nim również wierzch ciasta. Udekoruj listkami mięty i orzechami pistacjowymi.



Spód tortowy
jasny, ciemny

400 g

Czy wiesz, że...

Produkty Dan Cake nie zawierają substancji konserwujących i surowców genetycznie modyfikowanych. Powstają na bazie naturalnych aromatów i barwników.



Chleb tostowy

pszenny
pełnoziarnisty
trzy ziarna
maślany

500 g



Buteczki mleczne

bez dodatków
z czekoladą
z rodzynkami

400 g



Lay's – ulubione chipsy polskich konsumentów

Lay's to marka z wieloletnią tradycją i niekwestionowany lider na rynku chipsów ziemniaczanych. Chipsy Lay's są najlepiej rozpoznawaną marką w szeroko rozumianej kategorii przekąsek – słonych i słodkich.

Chipsy Lay's są synonimem wspaniałego smaku i niepowtarzalnej chrupkości. To doskonała przekąska na każdą okazję, która uprzyjemni najróżniejsze chwile każdego dnia.

Klasyczne chipsy Lay's doceniają nawet najbardziej wymagający konsumenci, którzy dzięki szerokiej i różnorodnej ofercie smakowej zawsze znajdą przekąskę odpowiadającą swoim preferencjom.



Lżejsze chrupanie? Tak! Lay's Prosto z Pieca to jedyne na polskim rynku chipsy wypiekane w piecu, dzięki czemu mają wyjątkowy smak i aromat oraz 70% tłuszczu mniej niż zwykle chipsy. Doskonale nadają się dla konsumentów, dla których szczególnie ważne jest dbanie o siebie.



Lay's Strong to z kolei propozycja dla amatorów ostrych smaków. Tym grubo krojonym, karbowanym chipsom charakteru dodają specjalne mieszanki pikantnych przypraw, dzięki temu są doskonałą przekąską towarzyszącą spotkaniom w męskim gronie.



Firma Frito Lay Poland, będąca częścią grupy Pepsico – właściciela marki Lay's, nieustannie pracuje nad sprostaniem wymaganiom konsumentów, oferując coraz to nowe smaki i unikalne receptury.

