



# ZARZĄDZANIE PRODUKTEM - LODY -

ALEKSANDRA BOLACKA  
JUSTYNA KRÓL  
EMILIA PYRA



**3000 r. p.n.e.**

Pojawiają się pierwsze lody wśród dynastii Chińczyków

**Lata 907-618 p.n.e.**

Wytwarzanie chłodzonego lodem deseru zrobionego z wody, mleka, mąki i kamfory

**500r. p.n.e.**

Produkcja zimnych przysmaków przez Europejczyków



# Historia lodów (p.n.e.)



**37-68 r. n.e.**  
Neron częstuje  
swoich gości  
napojem składającym  
się z posiekanych  
owoców, miodu i  
śniegu

**XIII w.**  
Marco Polo przywozi do  
Europy z Chin przepis  
na lody mleczne

**Połowa XVI w.**  
Katarzyna Medycejska  
przywozi lody z Włoch  
do Francji

**1690 rok**  
Włosi wiodą  
prym w  
produkcji  
lodów



# Historia lodów (n.e.)

# Ludzie, którzy przyczynili się do rozwoju lodów

## RUGGERI

- florentyńczyk z 1. poł. XVw., swoim sorbetem pobit konkurencję w konkursie organizowanym przez Pnaów

## BERNARDO BUONTALENTI

- florentyńczyk z 2. poł. XVw., przygotował on krem aromatyzowany bergamotką, cytrynami, pomarańczami, zamrożonymi z mieszanką własnej produkcji.

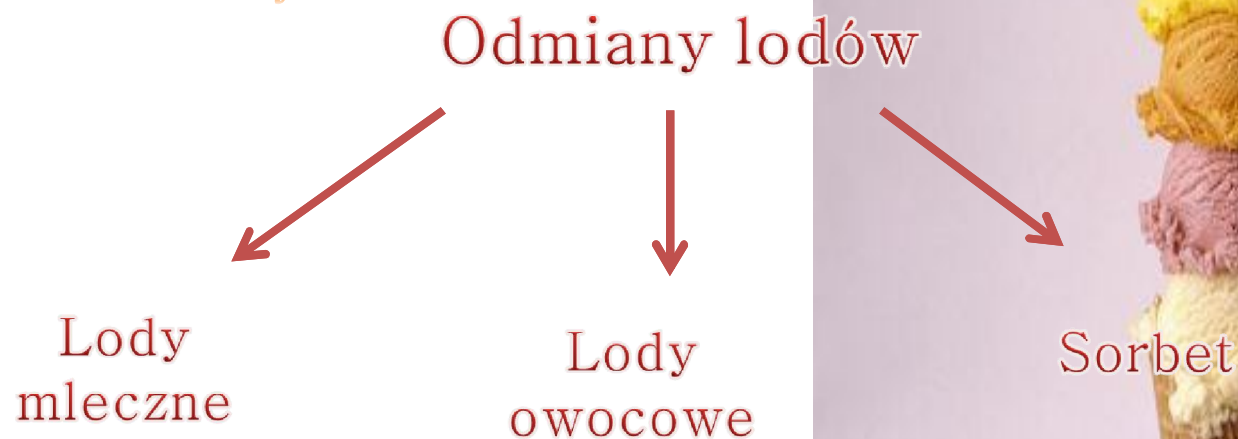
## FRANCESCO PROCOPIO dei COLTELLI

- Sycylijczyk, który rozpoczął produkcję lodów rzemieślniczych na skalę "przemysłową", połączoną ze sprzedażą detaliczną.
- w 1660r. otworzył 1. kawiarnio-lodziarnię "Cafe Procope" a zaalpejskiej stolicy. Kawiarnia szybko zyskała miano jednej z najświetniejszych w Europie.



# LODY

Zamrożony deser, który uzyskuje się poprzez zamrażanie masy uzyskanej z produktów mlecznych bądź wody z dodatkami smakowymi (dodatki tradycyjne – owoce, lub nietradycyjne, mięsne czy warzywne – w Polsce niepopularne), lub zamrażanie masy złożonej z owoców, cukru i wody. Alternatywną opcją dla lodów mlecznych są lody wykonywane na bazie napojów: sojowego, ryżowego, owsianego itp. Występują w ogromnej liczbie odmian i z wieloma dodatkami, z których najpopularniejszymi są: bita śmietana, rurki wafelowe, rodzynki, kruszone orzechy.



# LODY

Zamrożony deser, który uzyskuje się poprzez zamrażanie masy uzyskanej z produktów mlecznych bądź wody z dodatkami smakowymi (dodatki tradycyjne – owoce, lub nietradycyjne, mięsne czy warzywne – w Polsce niepopularne), lub zamrażanie masy złożonej z owoców, cukru i wody. Alternatywną opcją dla lodów mlecznych są lody wykonywane na bazie napojów: sojowego, ryżowego, owsianego itp. Występują w ogromnej liczbie odmian i z wieloma dodatkami, z których najpopularniejszymi są: bita śmietana, rurki wafłowe, rodzynki, kruszone orzechy.

## Sorbet

To rodzaj orzeźwiającego mrożonego deseru, robionego z posłodzonej wody z zamrożonymi owocami (najczęściej sokiem lub purée), ewentualnie winem lub likierem. Pochodzenie sorbetu przypisuje się napojowi z Azji (Iran) o nazwie szarbat, robionemu z posłodzonego soku owocowego i wody

Sorbety często porównuje się do lodów włoskich (w angielskim tego określenia znaczeniu – *Italian ice*) oraz lodów wodnych.



# LODY

zamrożony deser, który uzyskuje się poprzez zamrażanie masy uzyskanej z produktów mlecznych bądź wody z dodatkami smakowymi (dodatki tradycyjne – owoce, lub nietradycyjne, mięsne czy warzywne – w Polsce niepopularne), lub zamrażanie masy złożonej z owoców, cukru i wody. Alternatywną opcją dla lodów mlecznych są lody wykonywane na bazie napojów: sojowego, ryżowego, owsianego itp. Występują w ogromnej liczbie odmian i z wieloma dodatkami, z których najpopularniejszymi są: bita śmietana, rurki waflowe, rodzyнки, kruszone orzechy.

Podział lodów ze względu na sposób podawania



## Ciekawostka



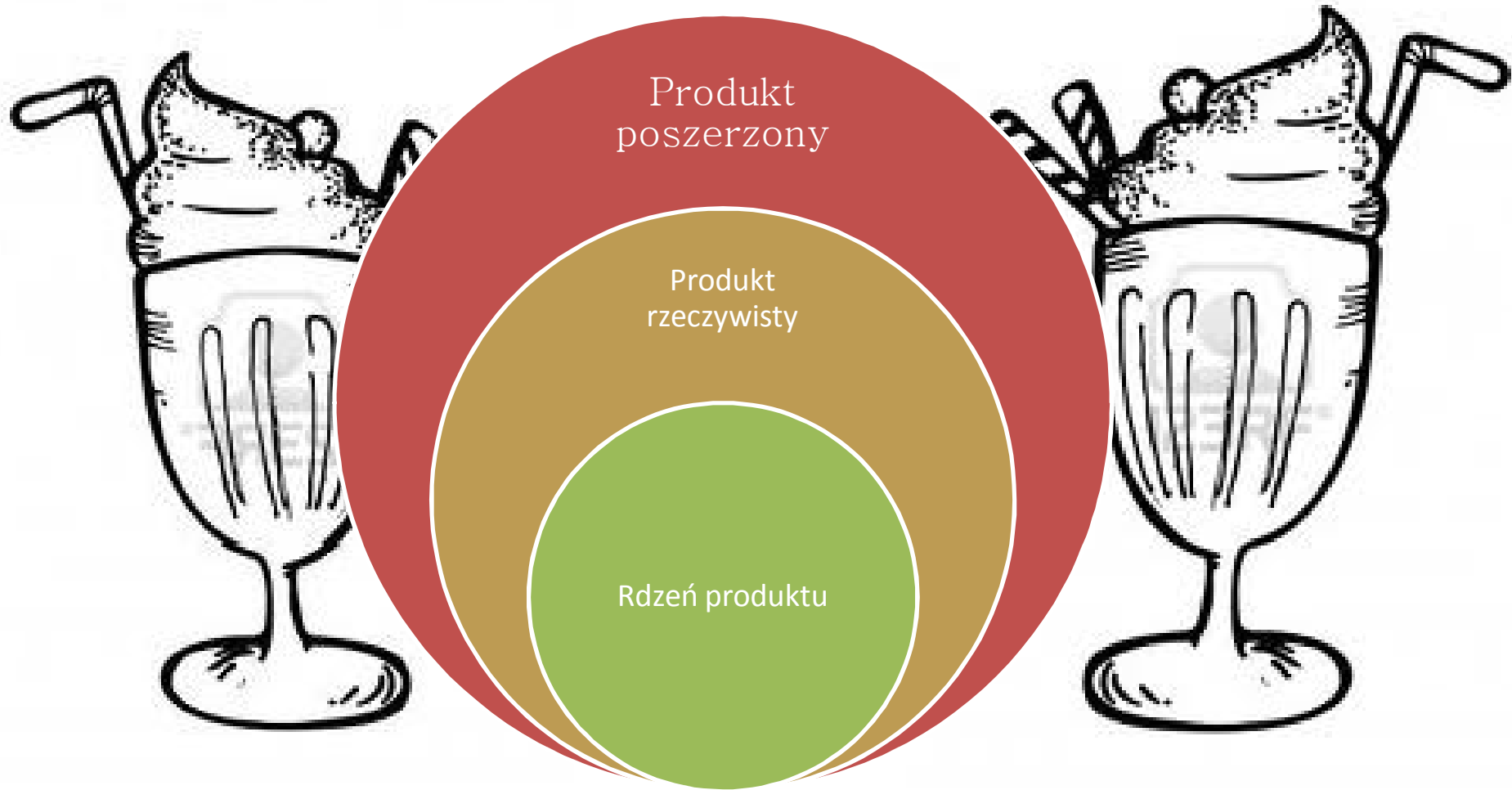
W przemyśle spożywczym, do szybkiego zamrażania masy lodowej coraz częściej wykorzystywany jest ciekły azot. Pozwala to skrócić proces zamrażania, zmniejszając przy tym zagrożenie bakteriami salmonelli. Ponadto zastosowanie ciekłego azotu ogranicza tworzenie się kryształków lodu, przez co możliwe jest otrzymywanie lodów o smakach, których nie udałoby się otrzymać przez powolne zamrażanie, np. smaku whisky.



# Lody – Jak powstają



# ANALIZA MARKETINGOWA PRODUKTU



# Rdzeń produktu

Zaspokojenie chęci  
zjedzenia czegoś  
słodkiego,  
orzeźwiającego,  
chęci poprawienia  
nastroju,  
podniesienia  
poziomu cukru w  
organizmie oraz  
potrzeby sprawienia  
sobie przyjemności.



# Produkt rzeczywisty

Lody o określonym:

- smaku (czekoladowe, waniliowe, owocowe itp.)
- Sposobie podania (rożki, lody na patyku, lody gałkowe)
- rodzaju użytych składników (lody wodne, śmietankowe, sorbety)
- opakowaniu (lody impulsowe, familijne, gałkowe)
- dodatkach (kawałki czekolady, owoców itp.)



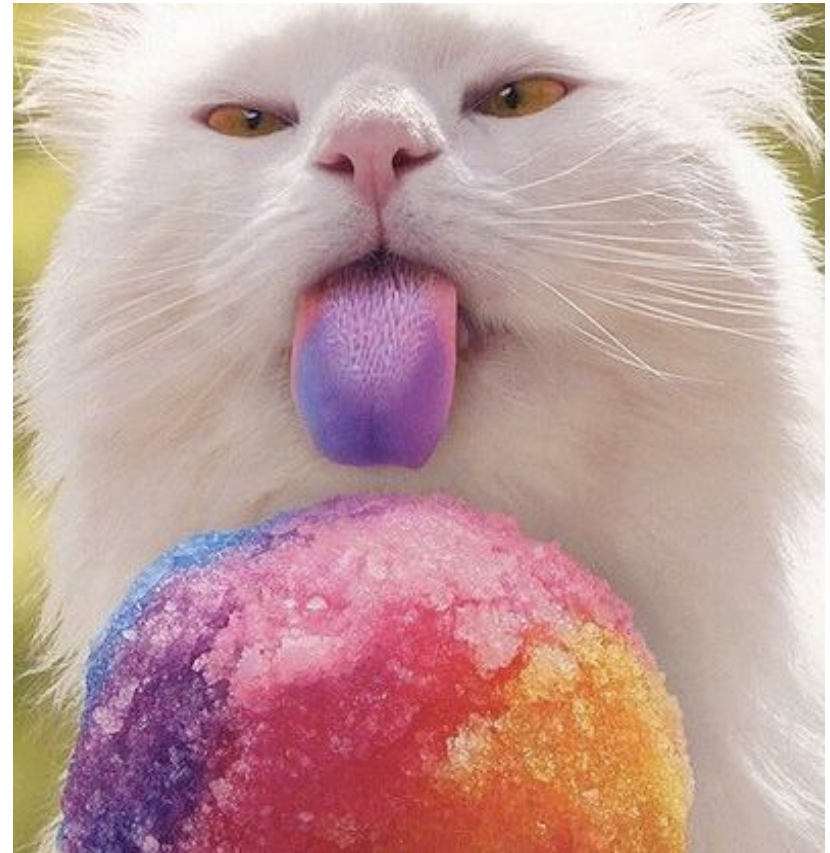
# Produkt poszerzony

- sposób na zrelaksowanie się, sprawienie sobie przyjemności
- sposób na spędzenie czasu, np. wyjście na lody do kawiarni ze znajomymi, nawiązanie flirtu
- lodami familijnymi można się podzielić z rodziną, poczęstować gości



# GRUPY DOCELOWE

- **Konsumenci lodów to osoby w różnicowanym wieku i o różnych dochodach. Oferta, zwłaszcza w sezonie, jest tak różnorodna by każdy znalazł coś dla siebie, czy to w kategorii ekonomicznej czy premium.**
- **Najważniejsza grupa docelowa lodów o małej objętości: dzieci i młodzież [cechują się małą lojalnością, lubią próbować nowych rzeczy]**
- **Rynek lodowy postrzegany jest często jako rynek bardzo wielu nowości produktowych, jednak wbrew pozorom Polacy są silnie przywiązani do swoich ulubionych smaków, znanych od lat.**



# Popyt

- Cechuje się sezonowością, w miesiącach maj – sierpień kupowane jest 70 –80% rocznej produkcji lodów. W Polsce rynek lodów należy do najbardziej nieprzewidywalnych działów branży produktów szybko zbywalnych (FMCG). Powszechne jest przyzwyczajenie by jeść lody tylko latem.
- Spożycie lodów w Polsce wynosi średnio 4 litry na osobę w ciągu roku, to mniej niż w innych krajach Europy (Finlandia – 14 litrów, Włochy, Dania, Irlandia – 8-9 litrów) a jeszcze mniej w porównaniu z USA (20 litrów)
- Najczęściej sięgamy po lody impulsowe, ale obserwuje się wzrost sprzedaży lodów familijnych.



- W kategorii lodów impulsowych prym wiodą lokalne placówki. Lody najlepiej sprzedają się w małych i średnich sklepach, ale obserwujemy znaczący wzrost sprzedaży lodów w dyskontach, hiper i supermarketach.
- Popyt na lody jest silnie uzależniony od pogody. Lody impulsowe są chętniej wybierane w ciepłe, słoneczne dni. Przy gorszej pogodzie wygrywają lody rodzinne. Przy około 20 stopniach Celsjusza i więcej częściej kupowane są lody na bazie mleka. Kiedy temperatura dochodzi do ok. 30 stopni, klienci chętniej sięgają po sorbety.
- Producenci zgodnie twierdzą, że konsumenci w Polsce coraz częściej szukają na sklepowej półce lodów, które sklasyfikować można jako impulsy rodzinne. Są to lody w opakowaniach o pojemności 450–500 ml, które można zjeść na raz albo kupić do domu i podzielić na kilka porcji.





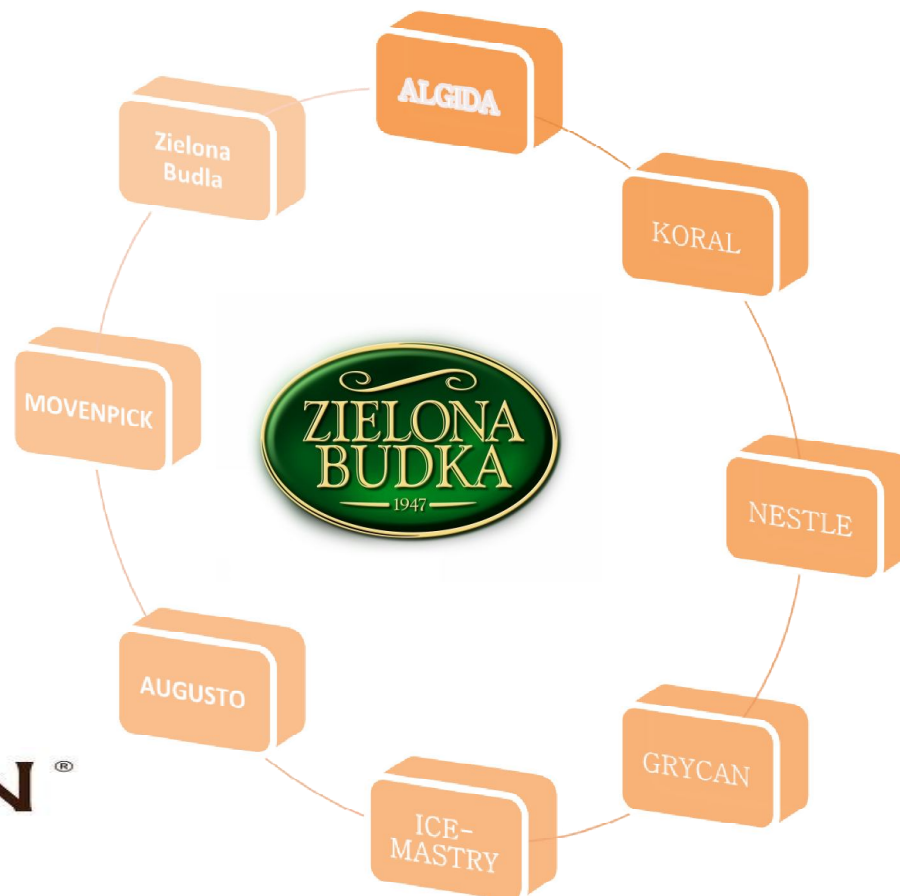
# Najpopularniejsze marki lodów w Polsce



MÖVENPICK  
THE ART OF SWISS ICE CREAM



GRYCAN®  
LODY OD POKOLEŃ





Marka istnieje już ponad 40 lat. Rodzima Algida, niemiecka Langnese, holenderska Ola, czy angielska Wall's to jedna i ta sama marka. A wszędzie odnajdziesz ją dzięki logo w kształcie serca.



*Poczuj śmietankową radość*



W 1979 roku w Nowym Sączu bracia Józef i Marian Koral otworzyli mały zakład rzemieślniczy produkujący lody cukiernicze, który na przestrzeni wielu lat przekształcił się w największego w Polsce producenta lodów.



Firma Nestlé zajmuje pierwsze miejsce wśród producentów żywności na świecie, działa w ponad 80 krajach a pod marką NESTLÉ sprzedawane są produkty mleczne (od mleka w proszku po jogurty), czekolady i słodycze, produkty dietetyczne, płatki śniadaniowe, lody oraz desery.



Pierwsze lody Nestlé w Polsce powstały w 2002 roku. Od tego czasu, co roku w zakładzie produkcyjnym Nestlé dokonywane są inwestycje i zakup nowych technologii, co umożliwia wytwarzanie lodów najwyższej jakości o innowacyjnych smakach i kształtach. Na polskim rynku firma jest znana głównie dzięki marce CORTINA, MANHATTAN i KAKTUS – produktom mającym wieloletnią tradycję.





Jest rodzinną firmą specjalizującą się w produkcji lodów. Zakład powstał jako mała cukiernia w Kętach w 1975 r. Wzrastająca popularność lodów spowodowała, że firma zdecydowała zająć się wyłącznie ich produkcją. Fabryka, zbudowana w oparciu o najwyższe standardy, powstała w malowniczej, górskiej miejscowości Czaniec. Obecnie ICE-MASTRY jest jedną z najbardziej znanych polskich marek na rynku.



to lody nowoczesne. Stworzone zostały z myślą o konsumentach i na ich zamówienie, wyrażone w reprezentatywnych badaniach preferencji, tak smakowych, jak i dotyczących wyglądu opakowań.





Korzenie Zielonej Budki sięgają 1945 roku. Wtedy to w kwietniu, na gruzach Warszawy, Edmund Plewicki znalazł drewniany kiosk po byłej kwiaciarni. Zaczął sprzedawać lody produkowane przez swojego sąsiada i przyjaciela – Kazimierza Kozięłła, z zawodu cukiernika. Lody wytwarzane były w mieszkaniu pana Kozięłła metodą rzemieślniczą, dzięki przedwojennym maszynom do ich produkcji. Tak rozpoczęła się ich historia.



[www.tabele-kalorii.pl](http://www.tabele-kalorii.pl)

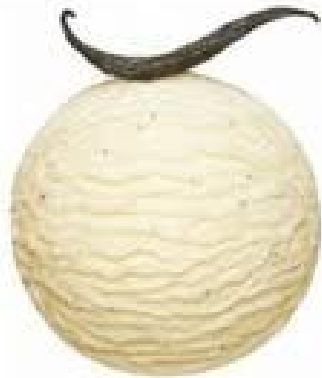
# GRYCAN®

LODY OD POKOLEŃ

*Historia tego przedsiębiorstwa sięga czasów przedwojennych. 1890 r. Zbigniew Grycan przejął lodziarnię Zielona Budka, a po latach rozwoju wprowadził na rynek autorską markę lodów – Grycan. Receptury przekazywane z pokolenia na pokolenie*



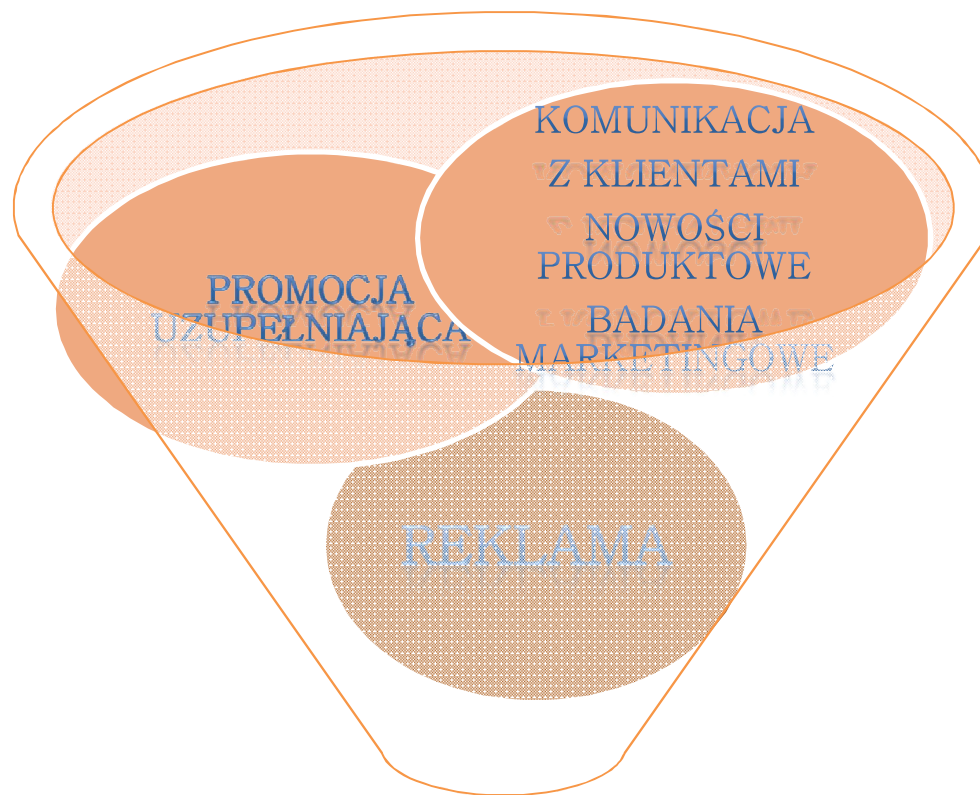
MÖVENPICK®  
THE ART OF SWISS ICE CREAM



Do wyboru są zarówno lody klasyczne, lubiane smaki, jak i wersje owocowe, jednak to, co może najbardziej spodobać się smakoszom lodów, to gotowe desery lodowe. W Polsce dostępnych jest dziesięć smaków.







**DZIAŁANIA  
MARKETINGOWE**



# Badania marketingowe



W celu poznania zmieniających się gustów i preferencji klientów na bieżące prowadzone są badania opinii publicznej w postaci ankiet zarówno online jak i offline. Daje to możliwość producentom dostosowania swojej oferty do potrzeb rynkowych.



## Nowości produktowe

# Komunikacja marketingowa z klientami



- Większość firm produkujących lody posiada swoje strony internetowe, na których każdy klient może zapoznać się z ofertą czy też wyrazić swoją opinię o produktach.

## FANPAGE

- Wiele firm prowadzi fanpage, na których umieszczają najnowsze informacje o życiu i działalności firmy, informacje o nowościach produktowych. Każdy klient, który odwiedzi fanpage ma możliwość wziąć udział w proponowanych przez firmę konkursach, wyrazić swoją opinię i wiele innych.

Strony www, fanpage są Przydatne zarówno dla firm jak i dla jej klientów.

# Promocja uzupełniająca – Konkursy

**ALGIDA**

KONKURS FILMOWY  
**RADOSNE KINO ALGIDY**

**KRĘĆ FILMY I WYGRYWAJ!**

Studia akcyjne w 3D  
Medyczna przysmoł  
Przebieg i rak

Na zwycięzców czekają  
Tablet Apple Ipad oraz  
kamery Sony Bloggie

**GŁOSUJ I WYGRYWAJ  
DODATKOWE NAGRODY!**

WIEZ NA  
[WWW.RADOSNEKINOALGIDY.PL](http://WWW.RADOSNEKINOALGIDY.PL)

**ALGIDA**

**Big Milk**

**Szczęście Sprzyja Lodozercom**

TU WYMIENISZ PATYK NA BIG MILKA!

**Big Milk**

**SZUKAMY NAJWIĘKSZEGO LODOZERCY**

przesłane na  
**That!**

**I to uczucie kiedy na patyczku od loda pisze że wygrałeś!**

WYMIEN PATYCEK W SKLEPIE NA BIG MILK<sup>®</sup> do 30.09.2011

LODOZERCZO WYGRAŁES BIG MILK<sup>®</sup>

**Bezcenne.**

# REKLAMY TV



# REKLAMY TV





## REKLAMA ZEWNĘTRZNA



# Reklama prasowa





# Najpopularniejsze hasła reklamowe

- Algida:

Poczuj śmietankową radość

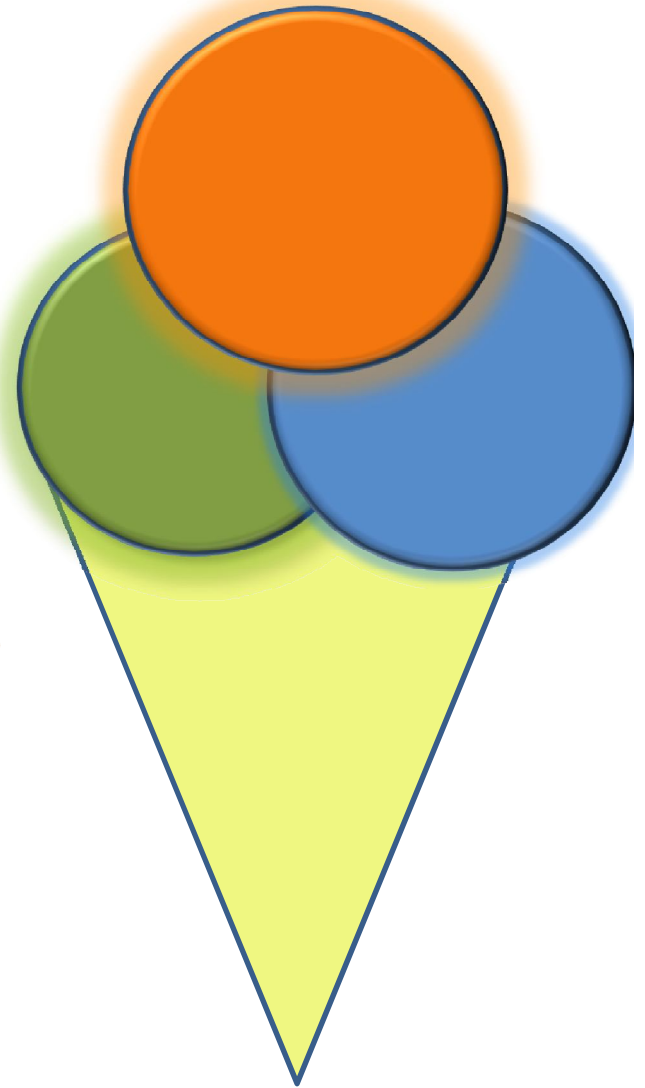
Podziej się radością

- Koral:

Zawsze jest pora na lody Koral

- Augusto:

Lody testowane na ludziach



# Rośnie udział marek własnych w rynku lodów

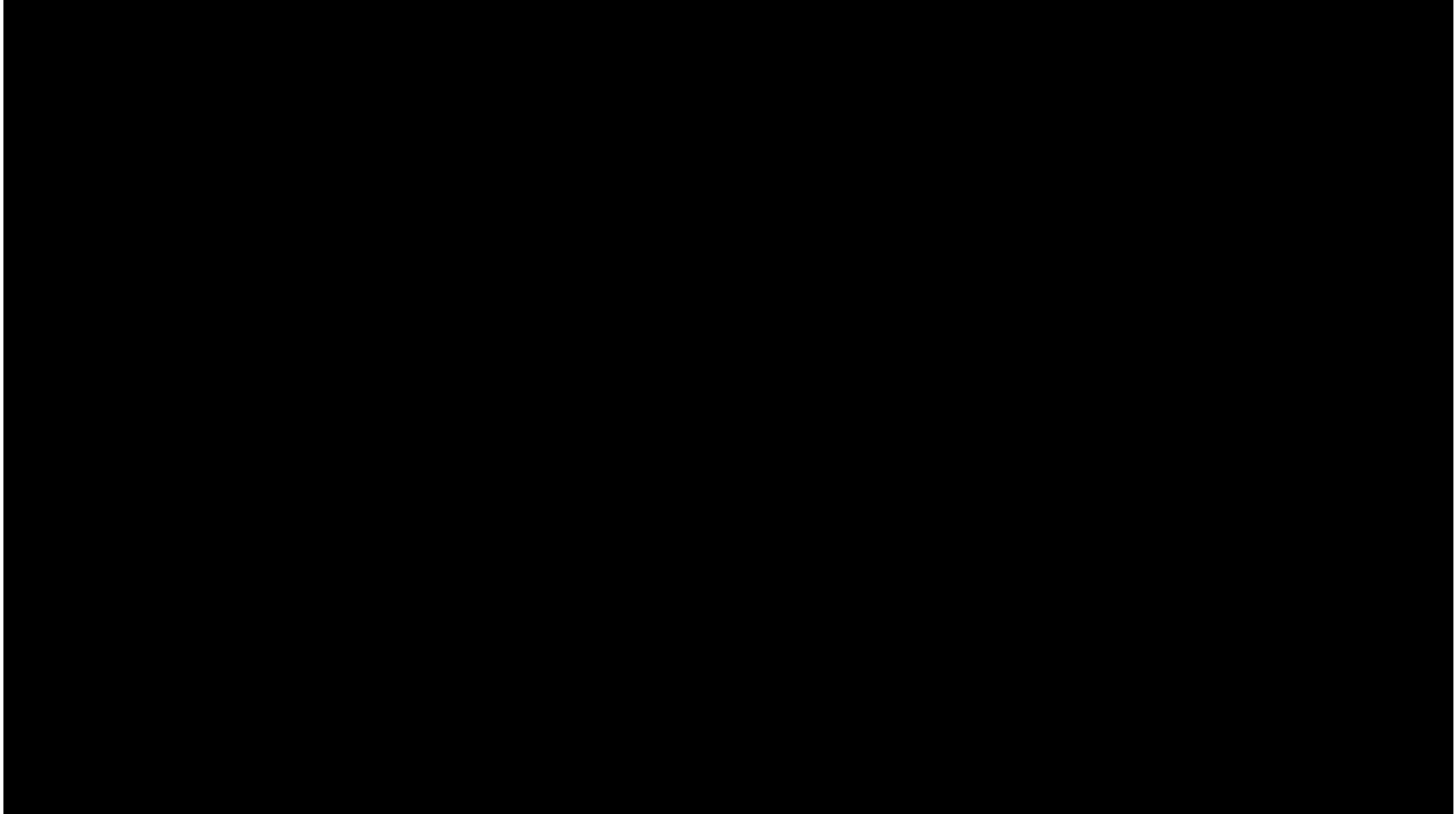
Według danych statystycznych rynek lodów wart jest 885 mln PLN. Segment zdominowany jest przez **lody familijne**, które mają w nim 46% udziałów wartościowych i 59% udziałów ilościowych. Udziały lodów impulsowych w tym rynku wynoszą odpowiednio 54% rynku wartościowo i 41% ilościowo.

Do największych producentów lodów w Polsce należą: Unilever (w 2008 r. miał 38% udziałów wartościowych i 32% ilościowych), Koral (21% wartościowo i ilościowo) i Nestle Polska (8% wartościowo).

W okresie od marca 2009 r. do lutego 2010 r. pozycję lidera wartościowego najlepiej sprzedających się lodów zdobyły marki własne, których udziały wynoszą 12%. Na kolejnych pozycjach znalazły się marki z portfolio Unilevera: Big (11% rynku wartościowo) i Algida Śmietankowa (10%). Ilościowo udział marek własnych w rynku lodów wynosi 25%.

Jak podaje Nordis (za AC Nielsen), rynek lodów w Polsce pomiędzy lutym 2009 r. i styczniem 2010 r. był wart ponad 1,1 mld zł. Z kolei od czerwca 2011 do maja 2012 r. osiągnął wartość ponad 1,3 mld zł.





A close-up photograph of a waffle cone with two scoops of ice cream. The ice cream is a light cream color with visible red strawberry pieces. The cone is golden-brown with a diamond-shaped waffle pattern. The background is plain white.

Dziękujemy za uwagę

