



Produkt:
Soki owocowe

Marka:
Hortex

Przygotowała: Katarzyna Szkolik

**Marketing i komunikacja rynkowa
II stopień, st. niestacjonarne
Uniwersytet Ekonomiczny w
Krakowie 2022/23**

Spis treści:

1. Charakterystyka kategorii produktów
2. Geneza i historia soków
3. Analiza marketingowa soków
4. Soki dostępne na rynku polskim
5. Kategorie cenowe soków
6. rodzaje opakowań soków
7. Segmenty konsumentów
8. Rynek soków w Polsce
9. Marki soków na rynku polskim
10. Marka Hortex - produkty, struktura firmy
11. Komunikacja marketingowa
12. Co dalej?
13. Bibliografia



Charakterystyka kategorii produktów

Sok - napój - nektar | różnice

SOK

- 85%-100% owoców
- brak sztucznych barwników i aromatów

NAPÓJ

- 20%-30% owoców
- dodawanie substancji poprawiających zapach i smak

NEKTAR

- 25%-100% owoców
- to rozcieńczony sok z wodą/przecierem
- brak sztucznych substancji



Geneza i historia soków

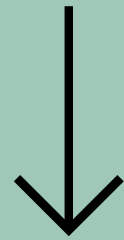
- Korzystano z nich już w antyku, a **pierwsze w pełni udokumentowane przypadki ich stosowania znamy z okolic Morza Martwego. W II wieku przed naszą erą produkowano na tamtych ziemiach sok z granatów oraz fig.** Wierzono, że miał on znakomite właściwości prozdrowotne i zapewniał tężyznę fizyczną.
- **Najstarsza historia produkcji soków** związana jest z ugniataniem owoców na papkę, z której następnie wyciskano sok. Nieco później pojawiły się tarki, które zastąpiły młynki i tłuczki aptekarskie. Do wyciskania soku służyła zwykle bielizna lub jakaś chusta.
- W niektórych zakątkach świata, na przykład w Korei i w Peru, soki były elementem rytuałów wypędzania chorób. Przez blisko 2.000 lat picie soków miało charakter terapeutyczny lub stanowiło element luksusu.
- **W latach 90 XX wieku** pojawiła się pierwsza reklama promująca picie soków, a w sklepach można było znaleźć sokowirówki

Analiza marketingowa soków

PRODUKT POTENCJALNY



PRODUKT POSZERZONY



PRODUKT OCZEKIWANY



PRODUKT RZECZYWISTY



RDZEŃ PRODUKTU

Analiza marketingowa soków cd.

Produkt potencjalny- nowe receptury, nowe produkty, zmiany w obrębie opakowań, sposobu wytwarzania.

Produkt poszerzony- wprowadzenie nowych smaków, nowych opakowań - wygodniejszych dla klientów

Produkt oczekiwany - smaczny sok owocowy o dobrym składzie, w przystępnej cenie.

Produkt rzeczywisty- sok owocowy o naturalnym składzie, owocowym smaku, kształt, kolor, wielkość i rodzaj opakowania, materiał z jakiego wykonano opakowanie, grafika na opakowaniu, oraz stosunek ceny do jakości.

Rdzeń produktu- produkt zaspokajający pragnienie, pełen wartości odżywczych, spożywany od razu po otwarciu opakowania/butelki

Soki dostępne na rynku

Podział ze względu na obróbkę technologiczną:

- **soki pasteryzowane**- można spożywać kilka miesięcy
- **soki pasteryzowane w niskiej temperaturze**- można spożywać kilka tygodni
- **soki niepasteryzowane**- przydatność do spożycia 1 do 3 dni



Soki dostępne na rynku

Podział ze względu na rodzaj surowca:

- soki owocowe
- soki warzywne
- soki owocowo-warzywne

Podział ze względu na konsystencję:

- soki przecierowe
- soki klarowne
- naturalnie mętne
- zagęszczone



Kategorie cenowe w przeliczeniu na 1L

SOKI 100%

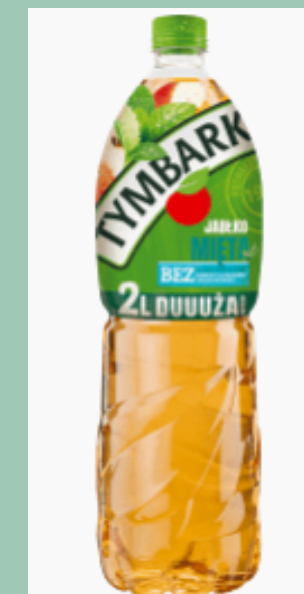
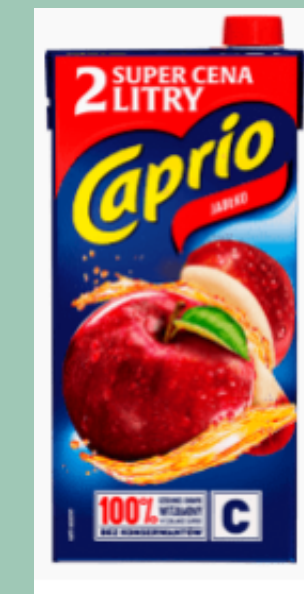
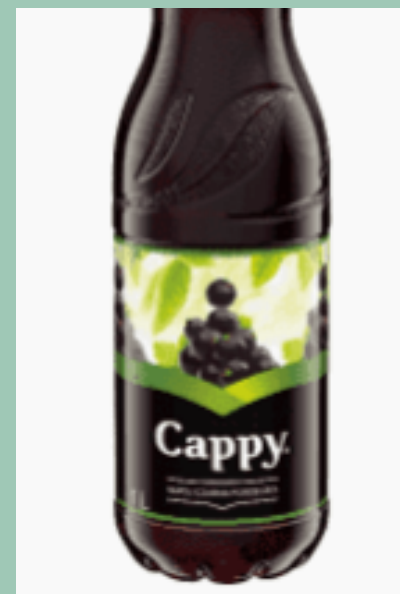
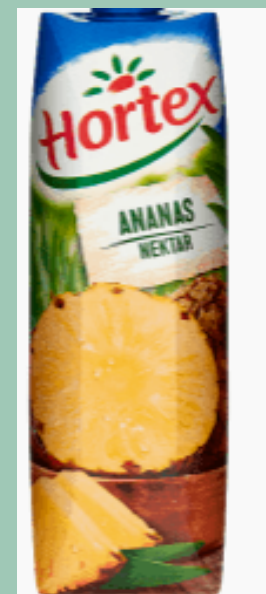
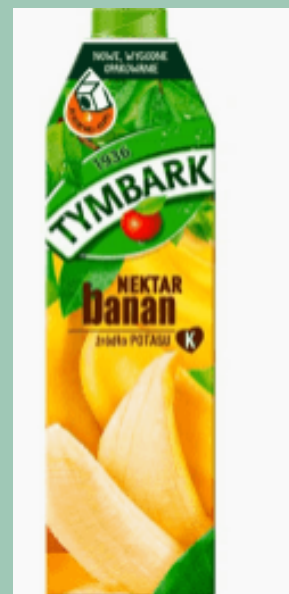
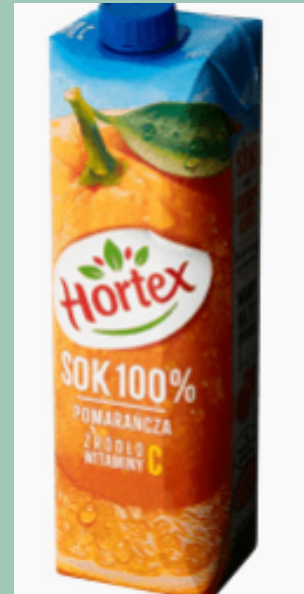
4-13 Zł

NEKTARY

4-13 Zł

NAPOJE

4-13 Zł



Rodzaje opakowań soków

KARTON



BUTELKA
SZKLANA



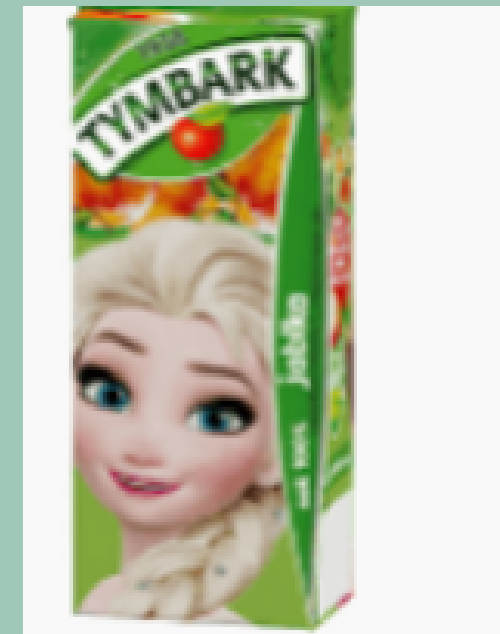
BUTELKA
PLASTIKOWA



TUBKI
DLA DZIECI



KARTONIK
ZE SŁOMKĄ



Segmenty konsumentów

Soki przeznaczone są dla wszystkich:

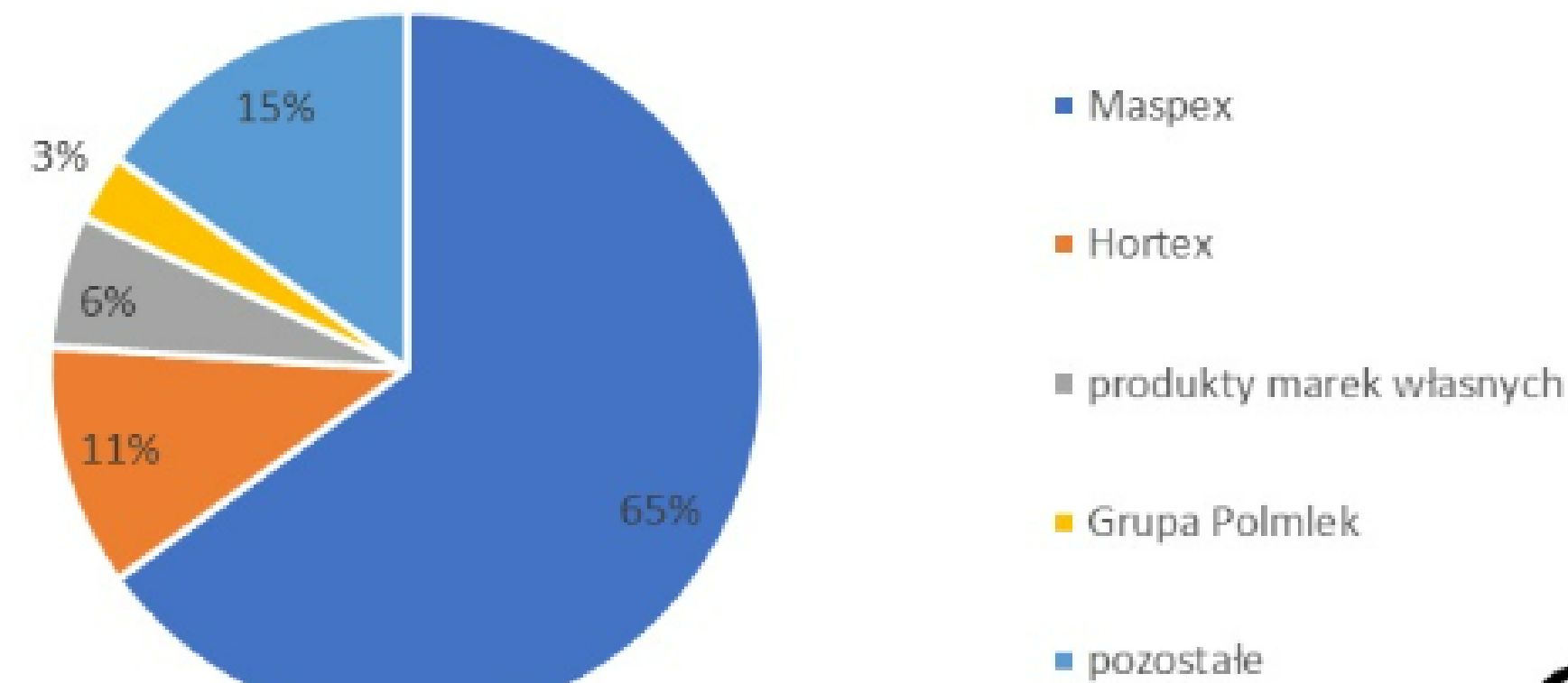
- **dzieci,**
- **młodzież,**
- **dorośli,**
- **osoby starsze**
- **Soki w małych kartonikach z rurką/ w tubkach - skierowane na dzieci**

Rynek soków w Polsce

Na pierwszym miejscu marka Tymbark z Grupy Maspex. Na drugim i trzecim miejscu uplasowały się odpowiednio: Hortex oraz Fortuna (Agros Nova).

Roczne spożycie soków w Polsce wynosi około 14 litrów na osobę

Udziały wartościowe producentów soków, nektarów i napojów niegazowanych, Sklepy małego formatu do 300m², MAT 2020



Marki soków na rynku polskim



Marka Hortex

Powstała w 1958 roku jako Przedsiębiorstwo Handlu Zagranicznego „Hortex” działające w ramach Centrali Spółdzielni Ogrodniczych (CSO). W latach 70. XX wieku była jednym z głównych dostawców wyrobów rolno-spożywczych w Polsce, a w latach 80. producentem koncentratu soku jabłkowego.



Rynek wodny - 1 lutego 2019 roku zarząd Hortex sp. z o.o. podpisał ze spółką Bewa sp. z o.o. warunkową umowę nabycia udziałów w spółce Jurajska sp. z o.o.

STRUKTURA FIRMY

Hortex Sp.z o.o. wraz z Jurajska S.A. zatrudnia około 800 pracowników. W okresie skupu oraz przerobu warzyw i owoców (lipiec-grudzień) liczba ta zwiększa się o pracowników sezonowych. - Polski Ogród sp. z o.o.

Produkcja soków prowadzona jest w zakładzie w Przysusze k. Radomia, natomiast produkcja wody mineralnej w Postępie.

Logo marki Hortex na przestrzeni lat



Firma Hortex utworzyła także sieć cukiernio-kawiarni „HORTEX”.
Obecnie pod nazwą Hort-Cafe



Produkty marki Hortex cd.

- SOKI
- NEKTARY
- SOKI PRZETARTE
- SERIA SOKÓW DLA DZIECI LEON I PRZYJACIELE
- VITAMINKA



Produkty marki Hortex cd.

- Mrożone warzywa i owoce
- Mrożona Pizza
- Produkty Horeca



Cykl życia produktu - Faza dojrzałości

- Produkt jest poddawany zmianą przez co faza dojrzałości się przedłuża (zmiana opakowań, nowe smaki produktów)
- To produkt chętnie kupowany,
- Dostępny na rynku cały rok,



Ranking najcenniejszych marek 2021 - branża spożywcza

↕ Pozycja	↕ Marka	↕ Szacunkowa wartość marki (mln zł)	↕ Właściciel
27	Hortex	96,6	Hortex Sp. z o.o.

Poprzednia 1 Następna

2021

Hortex w rankingu najcenniejsze marki

"HORTEX TO WYJĄTKOWY SMAK, KTÓRY
RODZI SIĘ Z PASJI!"

NAJCENNIJSZE MARKI | Produkty żywnościowe

Lp.	Lp. ranking główny	Nazwa marki	Wartość marki (mln zł)	Zmiana wartości marki	Wartość marki (mln zł)	Sila marki
			2017	2017/2016	2016	2017
1	8	Mlekovita	1 685,9	-6%	1 790,3	63,6
2	10	Sokolów	1 459,2	62%	902,0	67,4
3	32	Henryk Kania	485,9	35%	358,7	58,5
4	36	Winiary	464,3	27%	365,7	71,0
5	41	Piątnica	404,9	3%	394,3	71,5
6	47	Łaciate	356,9	0%	356,2	65,5
7	58	Tarczyński	272,7	63%	167,0	64,3
8	60	Indykpol	269,5	-5%	284,3	53,0
9	62	Hortex	263,8	56%	169,3	72,7

POSTRZEGANA JAKOŚĆ

Lp.	Marka	Postrzegana jakość Max 20	Miejsce w rankingu siły marki
1	Wedel	18,23	1
2	Lubella	17,83	3
3	Empik	17,54	5
4	Wittchen	17,48	53
5	Grycan	17,48	8
6	Olej Kujawski	17,42	2
7	Kler	17,37	103
8	Apart	17,25	4
9	W. Kruk	17,25	17
10	Piątnica	17,25	10
11	Hortex	17,14	9

ŚWIADOMOŚĆ MARKI

Lp.	Marka	Preferencje klientów Max 3	Pozycja w rankingu siły marki
1	TVN	2,95	13
2	PZU	2,85	31
3	Orlen	2,81	16
4	Polsat	2,81	65
5	Play	2,64	44
6	Wedel	2,59	1
7	Plus	2,57	143
8	Empik	2,55	5
9	TVP	2,5	280
10	Apart	2,48	4
11	Hortex	2,47	9

Sprzedaż zagraniczna produktów w firmie Hortex

**Firma hortex pojawia się na rynkach
międzynarodowych: Słowacja, Ukraina, Litwa,
Estonia, Łotwa, Białoruś, Wielka Brytania, Irlandia
Stany Zjednoczone, Kanada**

komunikacja marketingowa



reklama telewizyjna



konkursy

influencer marketing



media

społecznościowe

PROSTO Z NATURY

LOTERIA!

KUP 2 PRODUKTY
HORTEX
I WYGRAJ

WEŹ UDZIAŁ

PROMOCJA TRWA OD 15.01 DO 03.04.2022 R.
PROMOCJA OBEJMUJE WYŁĄCZNE PRODUKTY
MROŻONE Z WYŁĄCZENIEM LÓDÓW

WARZYWA NA PATELNIĘ

WARZYWA NA PATELNIĘ

CO MIESIĄC

CODZIENNIE
3 X 300 ZŁ

WYBIERZ
300 zł

MITSUBISHI
SPACE STAR

Bibliografia:

https://rankingi.rp.pl/rankingmarek/2021/branza_spozywcza

https://hurtidetal.pl/article/art_id,23274/ranking-producentow-sokow-i-naktarow/

<http://sokihortex.pl/en/home-2/>

<https://www.hortex.pl/en/>