



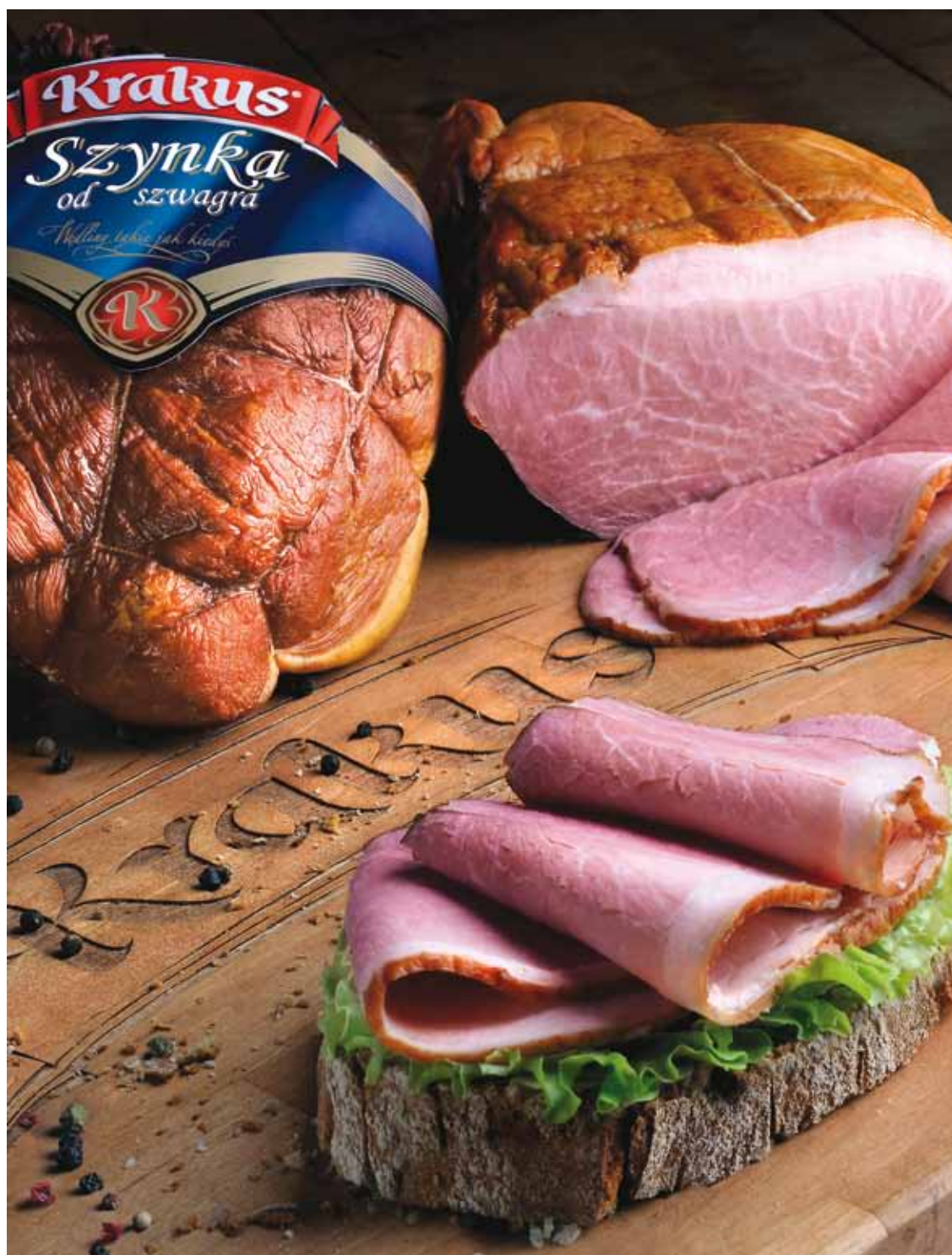
Krakus to dla Polaków smak wędlin znany z dzieciństwa, „smak taki jak kiedyś”. Przywołujący miłe wspomnienia dzięki doświadczeniu i obecności marki od lat. Dzisiaj marka Krakus to przede wszystkim najwyższa jakość, niepowtarzalny smak i aromat oraz historia o długiej tradycji wytwarzania pysznych wędlin i mięs marynowanych o polskim rodowodzie.

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Tygodnik „Wprost”¹ na wzór indeksu Big Mac’a stworzonego przez tygodnik „The Economist” opracował indeks Krakusa.

Służył on do pomiaru siły nabywczej polskiego społeczeństwa na przestrzeni lat. Mierzył formalnie, ile kilogramów polskiej szynki Krakus mógł kupić za miesięczną pensję przeciętny Polak oraz pokazywał, jak zmieniła się nasza zamożność i jak zmniejszyła się nasz dystans ekonomiczny w stosunku do obywateli bogatszych krajów Europy.

Podczas debiutu szynki Krakus na antenie popularnego show Davida Lettermana w 1995 roku każda z 461 osób na widowni otrzymała na pamiątkę po puszcze polskiej szynki. W tym samym programie „Szynką Krakus” otrzymał polityk Bob Dole, który następnie razem z nią znalazł się na okładce magazynu „Time”.



Kontekst rynkowy

Krakus jest marką przywróconą po II Wojnie Światowej, głównie w eksporcie szynki do USA, znanej jako pożądany „produkt z eksportu na święta”. Sukces sprzedaży spowodował, że nazwę marki nadano wybranym eksportowanym produktom rolniczym o najwyższej jakości – m.in. wędlinom i innym przetworom owocowo-warzywnym.

Z tego powodu właśnie w kraju puszką z czerwoną etykietą „Krakus – Polish ham” przez długie lata była synonimem luksusu produktu eksportowego znanego na innych rynkach i uznawanego za symbol wysokiej jakości.

Kontynuując dobre tradycje polskiego rzemiosła w produkcji wędlin i doświadczając w wyrobieniu produktów najwyższej jakości, w 2004 roku nastąpiła kolejna odsłona Krakusa wspartego kampanią telewizyjną pt. „Wędliny takie jak kiedyś”, podczas której ofertę marki poszerzyły nowe kategorie produktowe jak marynaty, nowe wędzonki i kolejne konserwy.

Obecnie marka Krakus jest doskonałym przykładem, jak z sukcesem kontynuować tradycje, odpowiadając na dzisiejsze potrzeby i preferencje konsumentów w kategorii wędlin – największej żywnościowej kategorii w Polsce. Na rynku wędlin pomimo dużego rozdrobnienia i bardziej tradycyjnego charakteru oferty wyróżniło się tylko kilka marek. Spośród nich jedynie Krakus buduje swój autorytet, bazując na wspaniałym rodowodzie i prawdziwej historii, zawłaszczając atrybuty najwyższej jakości, doświadczenia i wyjątkowości swojej oferty.

Oferta

Krakus to przede wszystkim cztery kategorie produktowe:

- szlachetne kielbasy podsuszane wytwarzane z najwyższej jakości mięsa, bez sztucznych dodatków, tylko z naturalnymi przyprawami i wędzone dymem olchowo-bukowym, np. znana wszystkim Kielbasa Krakowska, Żywiecka czy Kielbasa Myśliwska, nie wspominając o najpopularniejszych Kabanosach Krakus.
- wędzonki produkowane bez kompromisów zgodnie z tradycją polskiego przemysłu mięsnego, stąd popularność takich produktów jak Szynka od Szwagra oraz Schab i Karczek z tej samej linii, wyjątkowo delikatna Szynka dojrzewająca czy niedawno wprowadzona Szynka bez konserwantów.
- konserwy mięsne w puszkach takie jak Gulasz angielski, Golonkowa czy Luksusowa mielonka wieprzowa, w tym także kultowa szynka 1 lbs – tzw. mandolinka przywołująca każdemu smaki dzieciństwa.
- mięso marynowane – bez zbędnych dodatków, tylko mięso najwyższej jakości z szynki, schabu, boczku i karkówki w marynacie z naturalnymi przyprawami, bez konserwantów. Doskonałe wędliny takie jak kiedyś, wystarczy tylko upiec i wystudzić.

Osiągnięcia

W oparciu o tradycyjne wartości i doświadczenie sprzed lat, Krakus zdołał wypracować sobie miejsce jednej z najsilniejszych marek kategorii. Zarówno na poziomie świadomości marki, jak i pod względem siły i wyrazistości wizerunku w odbiorze konsumentów. Produkty Krakus zajmują pierwsze miejsce w sprzedaży kabanosów, szynki, szynki konserwowych, kielbas żywieckich² oraz konserw mięsnych³.

Promocja Marki

Marka Krakus w swojej komunikacji odwołuje się do bliżej niezdefiniowanej przeszłości, wszystkiego tego co kiedyś było dobre, a za czym obecnie tęsknimy. „Wędliny



**ORYGINALNA KIEŁBASA
KRAKOWSKA SUCHA KRAKUS**

- ✓ Wyselekcjonowane kawałki chudego mięsa z szynki
- ✓ 100 g produktu ze 146 g mięsa
- ✓ Bez dodatku: glutamianu sodu, fosforanów, sztucznych barwników
- ✓ Wędzona dymem olchowo-bukowym
- ✓ Ciemnobrązowa, pomarszczona skórka
- ✓ Jakość sygnowana marką Krakus

Krakus
Wędliny takie jak kiedyś

takie jak kiedyś” to produkty, które przywołują aromaty i nastroje czasów, gdy doskonałe jedzenie wywoływało silne i pozytywne emocje. W ramach tej platformy powstały więc kolejne odsłony obrazowania świata marki w jej reklamach m.in. za pomocą starej wędzarni, ukazania pasji tworzenia i szlachetność smaku w roli głównej z Kabanosami czy ostatnio oryginalną historią szynki Krakus.

Na przełomie 2010 i 2011 roku w ramach obchodów 60-lecia marki przeprowadzone zostały działania promocyjne, m.in. powstała reklama i platforma internetowa „takie jak kiedyś” oraz wydano specjalną książkę „Historie Krakusa”. Wydawnictwo stanowiło zbiór opowieści 22 historii wybranych w konkursie na wyjątkowe wspomnienia związane z Krakusem.

www.wedlinykrakus.pl

¹ M. Zieliński, *Wprost*, nr 24, 2004.

² Nielsen, wędliny paczkowane, samoobsługa, hipermarket-/ supermarket benchmark, okres w01-w52/2013.

³ Nielsen, konserwy mięsne, panel detaliczny, okres ON2012-DJ2013.



HISTORIA MARKI

1948: Pierwsze użycie znaku „Krakus” w obrocie handlowym w USA (wg zapisu w dokumencie rejestracyjnym wydanym przez United States Patent Office).

1950: Pierwsza rejestracja znaku towarowego „Krakus” dla szynki w puszcze na rzecz Atalanta Corporation.

1959: Pierwsza rejestracja znaku „Krakus” w Polsce na rzecz CHZ „Animex”.

1961: Cesja praw do znaku „Krakus” zarejestrowanego w USA dokonana przez Atalanta Products Corp. na rzecz CHZ „Animex”.

1995: Szynka Krakus debiutuje na antenie popularnego amerykańskiego show Davida Lettermana.

2004: Kampania reklamowa marki Krakus w Polsce pod hasłem „Wędliny takie jak kiedyś” promująca nowe pozycjonowanie i nowe kategorie produktowe.

2010/2011: Wprowadzenie jubileuszowego opakowania kultowej szynki w puszcze 1 lbs w szacie graficznej w stylistyce retro do dziś rozwijanej o kolejne warianty produktowe; aktywności promocyjno-reklamowe w ramach obchodów 60-lecia marki.