

kofola 

nápoje. život. emoce.

David Říha



Obsah

- Historie společnosti
- Společnost Kofola dnes
- Struktura společnosti
- Produkty ČR
- Marketing ČR
- Produkty Polsko
- Marketing Polsko
- Budoucnost podniku



Historie společnosti (1)

- **1993** - rodina řeckého rodáka Kostase Samarase koupila sodovkárnu státního podniku Nealko Olomouc v Krnově a zahájila výrobu sycených nápojů pod původním názvem **SP Vrachos s. r. o.**
- **1996** - došlo k založení dceřiné dopravní společnosti **SANTA - NÁPOJE KRNOV**. Tento rok je také považován za oficiální vznik společnosti Kofola, jak ji známe dnes.
- **1998** - vstup na slovenský trh založením dceřiné distribuční společnosti **SANTA NÁPOJE SLOVENSKO spol. s r. o.**



Historie společnosti (2)

- **1999** - byla představena značka **Jupí**.
- **2000** - firma poprvé spojila svůj výrobní program s nápojem **Kofola**, když s opavskou farmaceutickou společností Ivax, tehdejším vlastníkem značky, uzavřela **licenční smlouvu** na jeho stáčení.
- **2001** - koupě registrované ochranné známky **Top Topic** a znovuuvedení tohoto tradičního nápoje s obsahem hroznové šťávy na český a slovenský trh. Dalším příspěvkem na trh byl také nový přírůstek rodiny **Jupí** – ovocný nápoj pro děti **Jupík**. **Na Slovensku** došlo k zahájení výstavby výrobního závodu v **Rajecké Lesné**.



Historie společnosti (3)

- **2002** - nákup **registrované obchodní známky a originální receptury tradičního nápoje Kofola od společnosti Ivax** za 215 milionů korun. Obchodní jméno společnosti v České republice a její dceřiné společnosti na Slovensku bylo změněno na Kofola
- **2004** - první inovace československého tradičního nápoje Kofola po 40 letech existence – představení značky **Kofola Citrus**. Vstup do segmentu **balených vod s pramenitou vodou Rajec**.
- **2005** - slavnostní otevření nového výrobního závodu v **Polsku**. Produktové portfolio na českém a slovenském trhu společnost rozšířila znovuuvedením nápoje **Chito Tonic** a stala se také výhradním výrobcem a distributorem nápoje **Capri-Sonne**.



Historie společnosti (4)

- **2006** - v listopadu došlo k vyčlenění holdingu jako společnosti s vlastní právní subjektivitou a názvem **Kofola Holding, a.s.** Na trh byla uvedena řada přírodních **100% džusů a ovocných nápojů Jupí.**
- **2007** - při premiérové účasti v žebříčku **100 obdivovaných firem České republiky obsadila Kofola 8. místo.** Akcionáři společností Kofola Holding a.s. a polské nápojářské trojky Hoop S.A. uzavřeli vstupní dohodu o sloučení obou firem.
- **2008** - Společnost Kofola na Slovensku koupila ochrannou známku **Vinea.** Nápoj Kofola začal být nově ve verzi **Kofola Bez cukru.**



Kofola dnes

- Společnost Kofola je součástí skupiny Kofola, jednoho z nejvýznamnějších výrobců nealkoholických nápojů se sedmi výrobními závody na čtyřech trzích střední a východní Evropy.
- Společnost v České republice zaměstnává 700 lidí, na Slovensku má 400 zaměstnanců a v Polsku 1000
- Čistý zisk firmy byl v roce 2010 cca 88 mil. Kč, oproti roku 2009 je to ale pokles o bezmála 400(!) mil. Kč. Firma si to vysvětluje nepříznivým počasím (dlouhá zima, bohaté srážky, silné mrazy, povodně), ale také agresivními slevovými akcemi v segmentu colových nápojů a balených vod.
- V současnosti je Kofola 2. na českém trhu s nápoji, v Polsku 3. a na Slovensku 2.



Struktura společnosti

- **Skupinu Kofola tvoří:**

- **Kofola Holding a.s., Kofola S.A.** - Ostrava (CZ),
Varšava (PL)
- **Kofola a. s.** - Krnov, Mnichovo Hradiště, Praha (CZ)
- **Kofola a. s.** - Rajecká Lesná, Senec, Malý Šariš, Zvolen
(SK)
- **Hoop Sp. z o. o.** - Kutno, Bielsk Podlaski, Grodzisk
Wielkopolski, Varšava
(PL)
- **OOO Megapack** - Moskva (RU)



Produkty ČR - Kofola

- Kofola Original
- Kofola Citrus
- Kofola Bez cukru
- Kofola Višňová (jen 0,5l)



Původ Kofoly

- Roku 1957 dostala farmaceutická společnost Spofa z nejvyšších politických míst zadání zajistit vývoj a výrobu nealko nápoje, který bude schopen nahradit západní imperialistické nápoje kolovéhoho typu. Úkolu se ujal tým z Výzkumného ústavu léčivých rostlin v Praze pod vedením doc.RNDr.PhMr.Zdeňka Blažka, CSc. Ten také v roce 1959 úspěšně zakončil vývoj originálního sirupu KOFO, směsi bylinných a ovocných extraktů s obsahem kofeinu. Tento sirup pak stačilo jen naředit vodou sycenou oxidem uhličitým a vznikla Kofola.



Produkty ČR - Rajec

- Rajec (neperlivá, jemně perlivá, perlivá)
- Rajec Kyslík (klasický Rajec obohacen o Kyslík)



- Rajec Bylinka (příchuť Mateřídouška, Pampeliška, Meduňka, Šalvěj, Šípek, Sedmikráska)



- Rajec Tajemství stromů (příchuť Kaštan, Lípa, Bříza)



Produkty ČR – Top Topic

- Top Topic
- Top Topic Mind (s výtažkem z bílého čaje)
- Top Topic Ego (s výtažkem z ženšenu)
- Top Topic Freedom (s výtažkem z konopí)



Produkty ČR - Jupí a Jupík

- Jupí džusy
- Jupí sirupy
- Jupík – nápoj pro děti



Ostatní výrobky Kofola ČR



Marketing ČR

- Nejvýznamnější značkou v ČR z portfolia firmy je značka Kofola, proto se zaměříme zejména na ni.
- Marketing je založen na emocích
- Motto: Když ji miluješ není co řešit
- Svoji image buduje na tom, že není “komerčním pitím, které pije každé pako”, což je přesný opak strategie společností Coca-Cola a Pepsi



Marketing ČR – TV reklama

- Obvykle vystupují mladé poměrně specifické postavy – dívky mají přiměřené množství líčení i oblečení – žádné velké výstřihy nebo krátké sukně, chlapci zase nemají beckhamovské účesy a mají “vlastní styl”
- Zároveň se snaží držet v českém prostředí – postavy nejsou u bazénu, ale třeba u rybníku nebo jsou v menším městě v 8 večer, kde není ani noha případně v kulturním domě na vesnici
- Navíc se snaží podporovat i české tradice – dárky nosí ježíšek a stromeček je kradený smrček a nikoliv umělý dokonale symetrický stromek s kýčovitými ozdobami
- <http://www.youtube.com/watch?v=mREWePWF2h4>



Marketing ČR – statické reklamy

- Vždy jsou poměrně prokreslené a čisté, často s kreslenými postavkami.
- Všechny reklamy jsou laděny dohoda.
- Reklama vždycky vypadá, jako by byla z období před rokem 1989, jen technicky lépe vyvedená. Tím se snaží oživit image klasické české značky.
- Možná si pamatujete na toto prasátko



Marketing ČR – statické reklamy



Marketing ČR – statické reklamy



Nejnovější marketingová akce

- Kofola Dobrnožky – Kofola a sdružení „Loutky v nemocnici“ vytvořili webový portál, kde každý může přihlásit svou Dobrnožku, vydražit ji a tyto peníze půjdou na pomoc dětem v nemocnicích
- Kofla dále přispívá z každé půllitrové láhve do tohoto sdružení 0,50h.



Marketing Polsko

- Polský zákazník je velice konzervativní a preferuje zejména domácí značky, navíc nápoj Kofola v polském zákazníkovi nevyvolá žádné vzpomínky. Byla by to jen další značka na trhu.
- Kofola tedy na trh nevstupuje se svou nejsilnější značkou, ale přichází s ovocnými džusy Jupí a nápoji pro děti Jupík, protože to byla v Polsku největší tržní příležitost
- TV Reklamy na Jupí a Jupík byly totožné s těmi v ČR viz <http://www.youtube.com/watch?v=FcbzqM2FkMw>
- Webové stránky i letáky dostaly také pouze polskou jazykovou mutaci



Produkty Polsko - Jupí a Jupík

- Jupí džusy
- Jupík – nápoj pro děti



Vývoj situace v Polsku

- Kofoly se ale v Polsku nedaří podle představ, nepomohla jí ani akvizice podniku Hellena
- Naštěstí si Kofoly všimla společnost HOOP, která je v Polsku 3. největším výrobcem nápojů a tehdy nápoje pro děti nevyráběla
- Obě firmy se asi po roce jednání sloučily v jednu



Produkty HOOP Polsko



Produkty HOOP Polsko



Marketing HOOP

- „Budeš se divit, jak otevřenost změni svět.“
- Nápadité využití loga
- Polsko je hodně uzavřená země značka HOOP se snaží, aby se lidé otevřeli světu a byli hrdí na svou zemi.
- Kromě těchto plakátů se konají eventy, kde se podporuje polská kultura a v televizi běží spot, který má snahu vzbudit patriotismus.
- Pravděpodobně se tímto snaží vytvořit silnou domácí značku stejně jako je Kofola u nás.



Produkty společnosti Kofola

- Na obou trzích jsou v podstatě stejné produkty (voda Rajec u nás, Arcitc v Polsku na trhu balených vod nebo Kofola vs Hoop Cola na trhu colových nápojů apod.) jen jsou uváděny pod značkami, které mají pro spotřebitele v té zemi nějakou hodnotu.
- Jediný opravdu mezinárodní produkt jsou džusy Jupí a nápoj pro děti Jupík, který se prodává na všech trzích pod jedním jménem a jednou marketingovou strategií.



Budoucí plány společnosti

- Společnost by se chtěla do roku 2012 stát dvojkou na všech svých trzích (zatím se jí to nedaří jen v Polsku, kde je 3.). Chtějí mít ve specifických segmentech (např. segment colových nápojů) svůj produkt nejhůře 3.
- Chtějí dále obohacovat portfolio u již zaběhnutých produktů např. nové příchutě u vod Rajec, u Kofoly a Top Topicu.
- Zkoušejí i nové distribuční kanály pro koncového zákazníka např. 48 dvoulitrových lahví je možné na Mall.cz koupit za 999kč a k nákupu navíc dostanete plyšové prasátko



Zdroje

- <http://www.kofola.cz/index/kofola-historie>
- <http://cs.wikipedia.org/wiki/Kofola>
- <http://firma.kofola.cz/>
- <http://www.souki.cz/budovani-znacky-kofola>
- http://ekonomika.idnes.cz/kofole-loni-spadnul-zisk-o-400-milionu-dvr-ekoakcie.aspx?c=A110318_104901_ekoakcie_jvo
- http://ekonomika.idnes.cz/ekonomika.aspx?r=ekonomika&c=A021011_155529_ekonomika_klu



Děkuji za pozornost

