**Rynek herbaty**

**Polski rynek herbaty wart jest aktualnie nieco ponad 1,2 mld zł. Szacuje się, że Polacy rocznie spożywają ok. 20 tys. ton herbaty co stawia nas na czwartym miejscu w Europie - po Irlandii, Rosji i Wielkiej Brytanii („Agencja Nielsen, Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska, sprzedaż wartościowa i ilościowa w skumulowanym okresie sierpień 2014 – lipiec 2015 w kategorii herbat, rynek z wyłączeniem segmentu Instant”). Z ostatnich danych rynkowych wynika, że rynek herbaty jest stabilny z tendencja spadkową - zarówno ilościowo jak i wartościowo. Spadek popytu najbardziej dotyka herbatę czarną, z kolei herbata zielona oraz herbaty owocowe, ziołowe i funkcjonalne - radzą sobie relatywnie lepiej.**

Rośnie popularność herbat premium - do czego paradoksalnie przyczyniają się również dyskonty spożywcze, które w ramach swojej strategii często oferują herbaty bardzo dobre jakościowo. Tradycyjnie dobrze sprzedają się herbaty ekonomiczne - dobre jakościowo i atrakcyjne cenowo.

**Mokate na rynku herbaty**

Mokate zajmuje drugą, mocną pozycję w Polsce na rynku herbaty - zakładając, że wykluczamy tzw. „marki własne” sieci handlowych. Należy zaznaczyć, że w przeciwieństwie do lidera tego rynku, którego udziały systematycznie maleją, pozycja ustrońskiej firmy jest od lat stabilna („Agencja Nielsen, Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska, sprzedaż wartościowa w skumulowanym okresie sierpień 2014 – lipiec 2015 w kategorii herbat, rynek z wyłączeniem segmentu Instant, rynek z wyłączeniem marek własnych”).

Obecnie udziały Mokate na wartym prawie 616,4 mln zł rynku herbat czarnych (w ujęciu rocznym) wynoszą 15,2 % w ujęciu wolumenowym oraz 9,3 % w ujęciu wartościowym. Na wartym niemal 125,7 mln zł rynku herbat earl grey (w ujęciu rocznym) udziały Mokate wynoszą 8,2 % w ujęciu wolumenowym oraz 6,9 % w ujęciu wartościowym. Na rynku herbatek owocowych, wartym około 124,8 mln zł (w ujęciu rocznym) udziały Mokate wynoszą: 6,5 % w ujęciu wolumenowym oraz 7,4 % w ujęciu wartościowym („Agencja Nielsen, Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska, sprzedaż wartościowa i ilościowa w skumulowanym okresie sierpień 2014 – lipiec 2015 w kategorii herbat (odpowiedni segment herbat: Czarnych, Earl Grey, Owocowych), rynek z wyłączeniem segmentu Instant”).

Od 2012 roku na rynku herbaty najlepiej sprzedaje się czarna herbata ekspresowa Minutka w opakowaniu 100 torebek. Jest to, według badań agencji Nielsen, najchętniej kupowana herbata w naszym kraju („Agencja Nielsen, Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska, sprzedaż ilościowa w okresie grudzień 2013 – listopad 2014 w kategorii herbat, rynek z wyłączeniem marek własnych”).

Warto dodać, że od stycznia 2015 roku dystrybucja ważona marki Minutka wzrosła o 36,7 punktów procentowych – jest to najwyższy przyrost dystrybucji ważonej jaki odnotowano na rynku polskim od 3 lat („Agencja Nielsen, Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska, dystrybucja ważona w okresie styczeń 2015 – lipiec 2015 w kategorii herbat, rynek z wyłączeniem segmentu Instant”).

Również herbaty LOYD mogą pochwalić się sporymi sukcesami. Najlepiej na rynku herbat earl grey sprzedaje się herbata LOYD Earl Grey (80 torebek). Z kolei drugie miejsce w kategorii herbat zielonych należy do liściastej herbaty LOYD 100 g. („Agencja Nielsen, Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska, sprzedaż ilościowa w skumulowanym okresie sierpień 2014 – lipiec 2015 w odpowiednim segmencie herbat Earl Grey lub herbat Zielonych”).

**Innowacje Mokate**

Od lat produkty Mokate wyznaczają trendy na rynku. Ostatnio oferta firmy powiększyła się o innowacyjną nie tylko na polskim, ale także na światowym rynku, linię herbat o smaku wina - LOYD Tea & Wine. Tworzą ją trzy herbaty inspirowane smakiem wytrawnego białego, czerwonego i różowego wina, które powstały dzięki współpracy herbacianych technologów z sommelierami.

Równie innowacyjne są herbaty LOYD o smaku miodu Manuka. Na rynku pojawiły się trzy warianty, pierwsza to mieszanka herbaty zielonej z miętą i kwiatem pomarańczy z akcentem smaku miodu Manuka, druga to herbatka rooibos z żurawiną, maliną i imbirem o smaku miodu Manuka i trzecia - herbata czarna aromatyzowana z cytryną, rumiankiem i kardamonem.

Tajemniczy miód Manuka powstaje z nektaru wiecznie zielonego krzewu, o nazwie Manuka. Rośnie on w Nowej Zelandii oraz w Australii. Miód ten ma charakterystyczny smak i aromat. Trudno porównać go z naszymi polskimi miodami. Niezwykle aksamitny, a jednocześnie ostry w smaku, według wierzeń Maorysów obdarzony wieloma niezwykłymi właściwościami.

Jako ciekawostkę zdradzimy, że krzew Manuka w Australii nazywany jest drzewem herbacianym. Jednak z klasyczną herbatą nie ma nic wspólnego.