



LEKI е абсолютен лидер в сегмента на малотрайните колбаси и е сред лидерите във всички останали категории, в които оперира. LEKI е и комуникационно най-активният бранд в България в сектора „Месопреработване и производство на месни продукти“.

ПАЗАР

Колбасите са съществена част от менюто на повечето хора по света. От столетия те заемат традиционно място и на българската трапеза. След 1990 г. пазарът на месни продукти в България се характеризира с много на брой производители, които оперират главно на регионално ниво. С модернизиране на предприятията и инвестициите в съвременни технологии и оборудване качеството на продуктите постепенно се подобрява, а обемите в различните продуктови групи постоянно нарастват.

С навлизането си на пазара през 2004 г. LEKI извършва революция в категорията на малотрайните колбаси. До този момент няма изявен национален лидер или производител с дял повече от 5% в национален план. Налагайки последователно кренвирши, македонска и лионска наденица, във всяка от съответните категории продуктът с марка LEKI се превръща в лидер на пазара. След лансирането на лионска наденица LEKI обемът на продуктовете категория нараства 10 пъти, LEKI бързо става най-популярната марка в месната промишленост в България,



като едновременно с това първа налага стандартите за комуникация в бранша. По данни на GfK към началото на 2009 година LEKI е бранд номер едно на пазара на малотрайни колбаси с пазарен дял от 30,4% при кренвиршите и 24,7% дял при надениците. Останалите продукти на марката също са сред лидерите в съответните категории.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

Само за пет години LEKI успява да се наложи като една от най-успешните марки на българския пазар. Тя е позиционирана като Top of mind бранд за месни продукти в България със 77% спонтанна познаваемост. Основният продукт на марката – кренвирши LEKI, има 72,5% спонтанна и 92,6% подпомогната познаваемост. В категорията салами LEKI отново е на първо място с 28,2% спонтанна и 69,5% подпомогната познаваемост. „Бела България“ АД печели две последователни години наградата на Българската асоциация по маркетинг (БАМ) за най-добра телевизионна реклама с клипове на LEKI. През 2004 г. за най-добър ТВ клип е обявен „О, Пепи“ – за кренвиршите, а през 2005 г. – за македонската наденица. Бранд мениджърът на марката печели престижната награда „Бранд мениджър на годината“ за 2005 година за цялостната комуникационна стратегия за лансиране на бранда.

С интегрираната комуникационна стратегия на продукта лионска наденица LEKI, включваща активности на всички нива – ATL и BTL, бяха постигнати изключителни резултати. По време на кампанията (2006 г.) сегментът бе разширен над три пъти в обем, като само за няколко месеца лионска на-



bella.bg

ница LEKI зае лидерски позиции в категорията. През следващите години продуктът се развива постъпателно и към първото тримесечие на 2009 г. (по данни на GfK) пазарният дял на лионска наденица LEKI (в сегмент лионска наденица) достига безапелационните 66,4%. Превърналият се в любим на много зрители рекламен клип „Балканът пази своите тайни“ на Балканска скара LEKI получава заслужено признание на годишния фестивал на Асоциацията на рекламните агенции „Рекламиада 2008“ в традиционно най-тежката категория – телевизионна реклама на стоки. Клипът печели сребърен медал, а първо място не е присъдено.

В престижната класация на в. „Пари – „Топ 100 на марките в България“, марка LEKI в две поредни години е класирана на най-високи позиции в категорията „Месни продукти“ – 61-во място за 2007 г. и двадесето място за 2008 г.

Марка LEKI е сред най-силните марки на българския пазар в класацията на Superbrands за 2006–2007 г.

ПРОДУКТЪТ

Продуктовата гама на марката се развива изключително динамично и вече наброява двадесет продукта, сред които са добре познатите на всички потребители кренвирши (класически и пражки), македонска наденица, лионска наденица, колбаси „Телешки“ (бомбичка и в естествено черво), „Хамбургски“ (бомбичка и в естествено черво) и „Камчия“, пастет, шунки LEKI („Класик“ и „Пуешка“), кайма Балканска скара LEKI (универсална, за скара и за принцеси с кашкавал) и продукти от кайма Балканска скара LEKI (кюфтета и кебачета за скара). В групата на трайните колбаси успешно се продават класическият шпек LEKI, шпек LEKI „Бургас“ и шпек LEKI „Сервилат“.

Всеки продукт под марката се отличава с уникална рецептура, разработена след обстойно проучване на вкусовете предпочитания на потребителите.



СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

LEKI е част от портфолиото на „Бела България“ АД, която има изградена национална дистрибуторска система с търговци на едро и собствени търговски офиси във всички големи градове в страната. Търговската структура наброява над 300 души, а продуктовете линия на бранда LEKI се разпространява чрез дистрибуция с национално покритие, гарантираща достъпност и в най-отдалечените райони. Продуктите са насочени към всички социално активни, динамични хора с изграден характер, стил, ясни лични и професионални цели, търсещи оптимален баланс цена/качество. Производството е локализирано в модерна, иновативна и високотехнологична среда в региона на Пловдив. За продуктите на LEKI се използват суровини с доказан и сертифициран произход и с постоянно качество. Благодарение на системата НАССР се упражнява строг контрол на всички критични точки от входа на суровините до изхода на готовия продукт.

Сериозният прогрес, който регистрира LEKI през годините, се дължи на постоянството в развитието на марката и нейното портфолио, на непрестанното внедряване на нови, съвременни технологии и на стремежа всеки продукт да се отличава с уникална рецептура, разработена след обстойно проучване и отговаряща в най-висока степен на вкусовете предпочитания на потребителите.

ПРОМОЦИЯ

От създаването си LEKI е комуникационно най-активната марка в България в секто-



2004

Кренвиршите LEKI са първият продукт, включен в линията на бранда. При изработването на рецептурата са правени детайлни тестове за максимално доближаване на вкуса и характеристиките до „кренвиршите от едно време“.

2005

Следва разширяване на продуктово портфолио с македонска наденица LEKI и шпек LEKI. И двата продукта успяват да завладеят трайно трапезата на българина с превъзходните си вкусови качества.

2006

На пазара навлиза първият продукт на LEKI, чиято рецепта е заимствана от традицията на европейската кухня – лионска наденица LEKI.

2007

Марката прибавя към портфолиото си шпекови салами „Бургас“ и „Сервилат“, серията варени колбаси „Телешки“, „Хамбургски“ и „Камчия“, шунки LEKI („Класик“ и „Пуешка“) и пастет „Анетум“.

2008

Реализирано е дълго планираното навлизане на пазара на кайма и каймени продукти със специално създадената за тази цел подмарка – Балканска скара LEKI, както и на новия кренвирши LEKI пражки и хамбургски колбас LEKI в естествено черво.

ра „Месопреработване и производство на месни продукти“. Тя се рекламира активно както на ATL, така и на BTL ниво.

Рекламният клип „О, Пепи“ на кренвирши LEKI се превърна в крилата фраза и поздрав в ежедневието. Следвайки девиза си „Не просто кренвирши, а LEKI“, през 2008 г. марката организира една от най-масштабните промоционални игри на пазара на бързооборотни хранителни продукти „Сервирай чудни LEKI“ с награди специални френски чинии Lumina. Промоцията бе подкрепена с уникален ТВ клип и бе активно рекламирана по радиото, в точките на продажба и в транспортни средства.

Комуникацията на македонска наденица LEKI също поведе рекламата в този продуктов сегмент към нови хоризонти, а изключително ефективният телевизионен клип препрати зрители към една близка и любима за българина тема – хайдутството и македонските юнаци.

LEKI създаде уникален емоционален свят и с ТВ клипа на лионска наденица през 2006 г. Пресъздавайки мита за френската конспирация по сериала „Ало, ало“, рекламата загатва в една комична среда за „френския“ произход на продукта.

Марката LEKI успява да се наложи като един от брандовете с най-интригуващи реклами. Не прави изключение и стартиралата през май 2007 г. кампания на шпек LEKI. Симпатичният афро-американски пощальон от клипа се превръща във всеобщ любимец с произнесената култова реплика „Шпеки LEKI for you, мистър Иванов“.

Рекламната кампания през 2008 г., с която LEKI навлиза на пазара на кайма и каймени продукти с подмарката си Балканска скара LEKI, също става хит сред потребителите. В ефективната продукция, представяща каймата за скара, се наблюдава въздействието и драматично върху главното предимство на продукта – тайната смес от ароматни подправки, вложени в рецептурата, която Балканът ревностно пази от любопитен репортер с помощта на природни стихии.

Най-новата национална потребителска SMS игра на марката за 2009 г. е „На пикник с Балканска скара LEKI“. Тя отново кара потребителите да се чувстват специални, давайки им възможност за спечелване на уникални награди – чанти и огейла за пикник, както и оригинални германски барбекюта.

Стремежът на LEKI да създава незабравими спомени и положителни емоции се претворява в пълна степен и в тв клипа на колбаси „Телешки“, „Хамбургски“ и „Камчия“, заснет през 2008 г. Слоганът „Запази хубавите спомени от детството“ е в основата

Факти, които не знаете за LEKI

Ако подгредите един до друг всички изядени до момента кренвирши LEKI, можете да обиколите поне веднъж земното кълбо по дължината на Екватора (40 066 км)!

Клипът на македонска наденица LEKI е заснет в автентичното българско село Ковачевица, Гоцеделчевско, като десеттонната техника е пренесена с коне, катъри и на ръце до труднодостъпните места.

ТВ клипът на лионска наденица LEKI е сниман в царския дворец „Врана“.

Участничката в клипа на кайма за скара „Балканска скара LEKI“ – Баба Коина, има свой акаунт във Facebook с над 440 приятели.



на сюжета, който разказва как обичаният вкус от детството може да бъде път и към сърцето на любимата. Комуникационната стратегия на трите колбаса е допълнена и от националната потребителска промоция с подарък оригинален фотоалбум LEKI.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

В сърцевината на продуктите LEKI е високото качество на достъпна цена. Изискванията и желанията на потребителите са водещ приоритет в политиката на бранда. „Бела България“ е вложила много в изграждането на едни от най-модерните съоръжения за производство, за да може да гарантира отлично качество на всички продукти под марката.

Подхождайки с иновативност и постоянно търсене на нови идеи и решения, LEKI активно разширява и развива продуктовете си линия, за да отговори ефективно на промените се нужди и очаквания на потребителите.

