



ŚWIEŻAK

Postaw na Świeżaka!

Sok tłoczony na zimno, NFC, w szklanej butelce 0,3 l.
Osiem smaków, segment premium.

Dlaczego Świeżak?

- Czysty skład - produkt sprzedaje się sam, bez edukacji
- Premium NFC w szkłe - segment rośnie dwucyfrowo r/r
- 8 smaków, 8 funkcji - klient wraca po kolejną pozycję
- Produkt z kategorii wysokomarżowej

ŚWIEŻAK
SOK 100%

Świeżak to prosty wybór.

Świeżak to odpowiedź na produkty, które udają naturalne.
Tłoczemy na zimno, nie z koncentratu, bez cukru, bez kombinowania.

Tak, jak sok powinien być robiony - i tak, jak go pamiętamy z dzieciństwa,
kiedy nikt nie czytał składu, bo nie było czego ukrywać.





Burak

Na energię i krew



Marchew

Dla skóry i wzroku



Marchew-Jabłko

Dla wzroku, na co dzień



Jabłko

Na co dzień



**Polskie
warzywa
i owoce**

Gdy tylko możemy
korzystamy z Polskich
surowców.



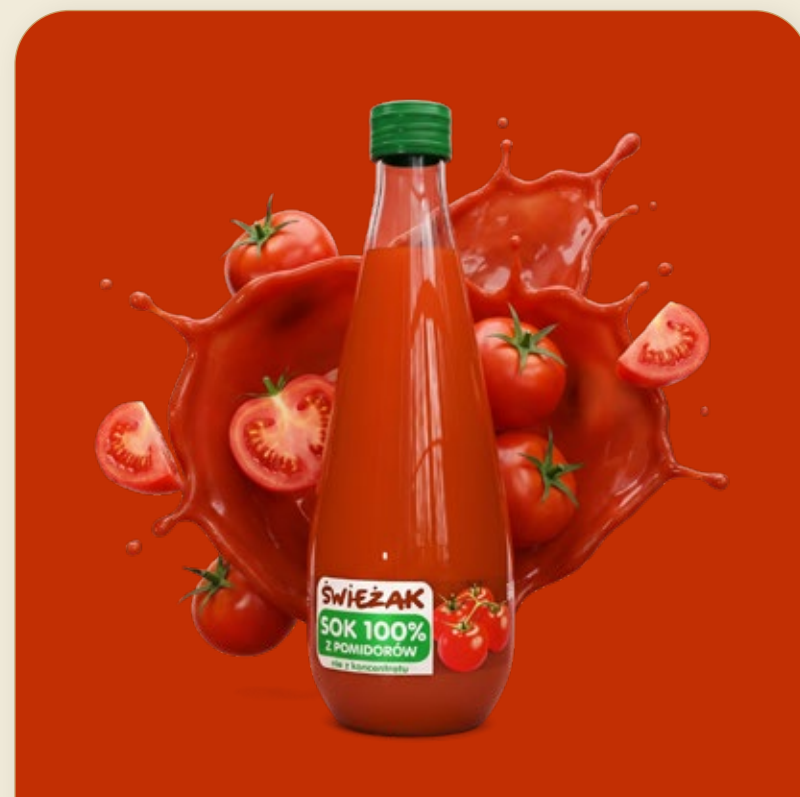
Mandarynka

Na energię



Pomarańcza

Na odporność



Pomidor

Na równowagę



Grejfrut

Na pobudzenie

Osiem smaków.

Osiem funkcji.

Mocne strony Świeżaka

NFC, tłoczone na zimno

Świeżaki nie powstają z koncentratu. Tłoczmy na zimno, żeby uzyskać smak jak z wyciskarki.

Szkło 0,3 l

Format premium, format prezentowy. Nie zostawia plastiku w koszu klienta.

Bez cukru, bez konserwantów

Skład czytelny w 3 sekundy.
Bez aromatów identycznych z naturalnym.

Mono-smaki

Jeden owoc, jedna funkcja, jedna decyzja.
Klient wybiera po smaku i po nastroju, nie po składzie.

Funkcje, nie marketing

Każdy smak komunikujemy jednym zdaniem.
Klient wie po co sięga.



Trzy trendy, które pracują dla Świeżaka



Klient wybiera premium.

- klient kupuje rzadziej, ale lepiej.
Szkło daje 15-20% wyższą cenę półkową niż PET.

Czysty skład decyduje na półce.

Skład czytany w sklepie, nie po powrocie.
Wygrywają produkty bez aromatów i koncentratu.

Lokalna polska jakość.

Dla 69% klientów oznaczenie „Produkt Polski” decyduje o wyborze.



**Polski rynek soków kurczy się o 8,5% wolumenowo.
W tym samym czasie polski NFC rośnie o 35% wartościowo.
To nie spadek kategorii - to migracja konsumenta do premium.**

Dane: NielsenIQ via Raport Napojowy 2025 KUPS - dynamika kategorii soków, nektarów i napojów owocowych w Polsce, wolumen, kwiecień 2024 - marzec 2025. Wzrost segmentu NFC: polski eksport niezagęszczanego soku jabłkowego, wartość sprzedaży 106,2 mln EUR (+35% r/r), Raport Napojowy 2025 KUPS. Kontekst europejski: rynek soków cold-pressed 2,16 mld USD w 2025, CAGR 8,0% do 2033 (MarkSparkSolutions, 2025) oraz badanie „Polska wieś i rolnictwo 2025”, wykonawca: KOWR (Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa).

Dla kogo jest Świeżak?

Dla osób, które czytają skład - i wybierają jakość zamiast marketingu.



Świadomi konsumenci

Kupują w warzywniakach, piekarniach, lokalnych sklepach. Płacą za produkt, nie za reklamę.



Pracujący w biegu

Sok do drugiego śniadania, do lunchu w pracy. Pełnowartościowa porcja warzyw lub owoców w jednej butelce.



Aktywni sportowcy

Burak przed treningiem, pomarańcza po. Świeży sok zamiast izotoniku.



Goście gastronomii

Chcą czegoś lepszego niż cola czy sok z kartonu. Świeżak pasuje do menu jak espresso.

Gdzie spotkasz Świeżaka?

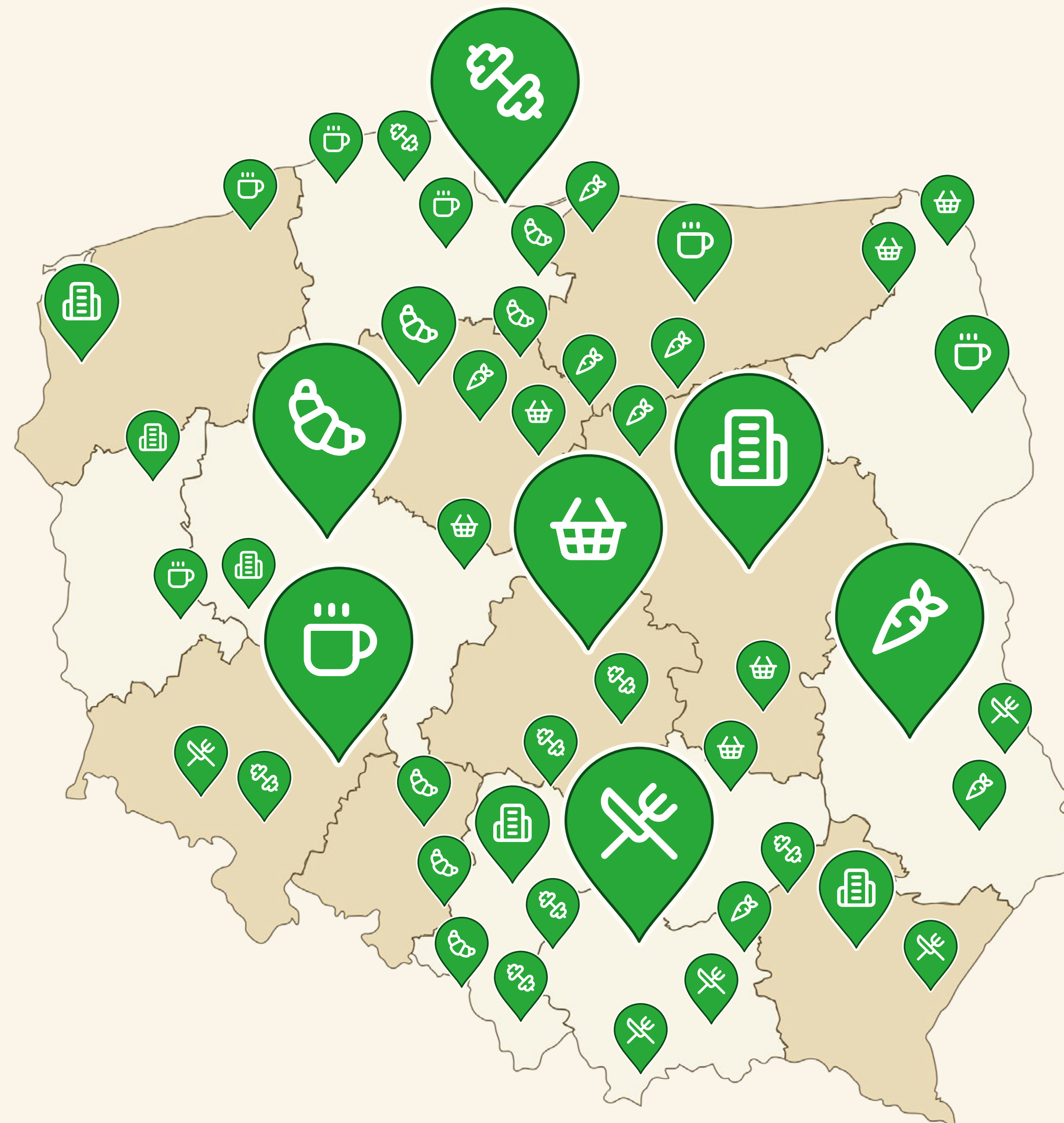
Punkty, w których Świeżak rotuje najlepiej.

- Sklepy osiedlowe
- Warzywniaki
- Piekarnie i cukiernie
- Kawiarnie i bistra
- Siłownie i kluby fitness
- Biura i coworkingi
- HoReCa
- Stacje paliw
- Markety

Każdy kanał ma własny scenariusz sprzedaży.

Pomagamy go ułożyć od pierwszej palety

- POSM, kolejność smaków, model rotacji.



Dlaczego Świeżak działa w Twoim punkcie?



Pasuje do menu

Sok do croissantu, do drożdżówki, do porannego zestawu. Klient kupuje kawę i dorzuca butelkę - paragon rośnie bez pracy obsługi.



Marża premium

Skrzynka 24 butelek - marża handlowa wyższa niż na UHT z kartonu i wodzie butelkowanej.



Powtarzalność

Klient wraca po marchew tak, jak wraca po pietruszkę. Co tydzień, bez negocjacji - 8 smaków daje 8 powodów do powrotu.



Funkcjonalność bez cukru

Burak na wytrzymałość, grejpfrut na poranek, marchew dla skóry. Konkretnie zamiast izotoniku, coli i trzeciej kawy z automatu.

Ekspozycja

*Nie dostarczamy tylko produktu.
Dostarczamy również sposób jego prezentacji.*

Drewniana skrzynka Świeżaka

Naturalne drewno z brandingiem marki.

Opakowanie transportowe, ekspozycyjne i prezentowe w jednym.

- format premium
- mniej odpadów
- lepsza ekspozycja produktu
- gotowe rozwiązanie dla punktu sprzedaży



Regał modułowy

Ekspozycja oparta o drewniane skrzynki buduje widoczność marki i wyróżnia produkt na tle standardowych napojów.

Mniej kartonu, więcej charakteru.



Świeżak to szklana butelka 0,3 l i spójna linia smaków zaprojektowanych tak, by dobrze wyglądały razem - na półce, w lodówce i w ekspozycji.



Logistyka

Logistyka dopasowana do produktu
Świeżak żyje na półce - nie w magazynie.

Dlatego stawiamy na:

- regularne dostawy
- świeżą rotację
- ilości dopasowane do punktu sprzedaży

Pojemność: 300 ml

Butelek w zgrzewce: 6

Zgrzewek na warstwie: 36

Zgrzewek na paletce: 288

Termin przydatności: 12 m-c

Waga palety brutto: 800 kg





ŚWIEŻAK

POSTAW NA ŚWIEŻAKA.

Tłoczemy na zimno. Zero koncentratu.

www.swiezaksok.pl

E-mail: kontakt@swiezaksok.pl