

Wiadomości

- [Komentarze dzienne](#)
- [Multimedia](#)
- [PAP Wiadomości](#)
- [ESPI Emitent](#)
- [WP Wiadomości](#)
- [Parkiet](#)
- [Gazeta Prawna](#)
- [Przegląd prasy](#)
- [Gazeta Bankowa](#)
- [Raporty specjalne](#)

[Panel News](#)



Notowania on-line

WIG20

Partnerzy serwisu



Kontakt

- [Napisz do nas](#)
- [Powiadom znajomego](#)

Gazeta Prawna

GAZETA PRAWNA

07:00 04.08.2009
wtorek

Polacy wypiją mniej piwa, ale kupią dużo więcej słonych przekąsek

RYNEK SPOŻYWCZY | Słone przekąski

Spadek sprzedaży piwa nie wpływa na sprzedaż słonych przekąsek, którym piwo często towarzyszy. Producenci przekąsek liczą na wyniki lepsze o kilkanaście procent w porównaniu z 2008 rokiem.



(fot. Jupiterimages)

Jak wynika z najnowszych badań Nielsena, od czerwca 2008 r. do maja 2009 r. wartość sprzedaży przekąsek w Polsce sięgnęła 1,89 mld zł prawie o 15 proc. więcej niż rok wcześniej. Polacy kupili 105 tys. ton chipsów, paluszków i orzeszków 7 proc. więcej.

Chociaż spada sprzedaż piwa, które z rynkiem przekąsek jest mocno związane, to prognozy dla rynku snacków na najbliższe 12 miesięcy są bardzo optymistyczne.

W tym roku sprzedaż piwa ma być o 34 proc. mniejsza niż przed rokiem. Producenci przekąsek oczekują kilkunastoprocentowego wzrostu sprzedaży.

Notujemy wyniki lepsze o 1015 proc. niż w roku ubiegłym. Spodziewamy się, że ten wzrost przychodu zostanie utrzymany w kolejnych latach - mówi Wioleta Borkowska, wiceprezes zarządu w spółce Aromat Snack, produkującej orzeszki.

Sprzedaje też Rarytas, producent krakersów, głównie dzięki rozszerzeniu współpracy z sieciami dyskontowymi oraz wzrostowi dostaw na rynki krajów Unii Europejskiej.

Sprzedaż w tym roku jest średnio wyższa o 15 proc. informuje Jarosław Mieszala menedżer ds. sprzedaży w firmie Rarytas.

Na eksport i sprzedaż w dyskontach postawiła też firma Dijo, producent słonych paluszków, precelków oraz tortilli.

Rozpoczęliśmy współpracę z Biedronką, dzięki czemu nasza sprzedaż znacząco wzrosła w ostatnich dwóch miesiącach, w porównaniu z pierwszymi czterema miesiącami roku. Sprzedaż na Słowację zwiększyła się o 810 proc. w porównaniu z 2008 rokiem - wyjaśnia Przemysław Drózd, dyrektor ds. sprzedaży w Dijo.

Firma oczekuje, że w tym roku sprzeda o 60 proc. więcej towaru niż w 2008 r.

Spożycie słonych przekąsek w Polsce wynosi mniej niż 2 kg na osobę rocznie, w Skandynawii 5 kg, w Wielkiej Brytanii 7,5 kg, a w Irlandii 6,4 kg. Producenci liczą, że Polacy będą jedli coraz więcej takich produktów. Dlatego już myślą inwestycjach w zwiększenie wydajności swoich fabryk.

Na razie Aromat Snack wydaje na ten cel około 1 mln zł rocznie.

W przyszłości wydatki na nowe linie produkcyjne mogą ulec zwiększeniu. Dodatkowo, dzięki uzyskaniu brytyjskiego i niemieckiego certyfikatu jakości otworzyły się przed nami zachodnie rynki. Eksportujemy już do Wielkiej Brytanii. Ostatnio podpisaliśmy umowy na dostawy do Holandii - mówi Wioleta Borkowska.

Rozszerzania mocy produkcyjnych nie wyklucza też firma Dijo, która w 2010 r. planuje podwoić produkcję tortilli.

W ubiegłym roku zwiększyliśmy moce produkcyjne zakładu we Wrocławiu, a na przełomie 2010/2011 roku chcemy ponownie zainwestować w rozwój tej fabryki - zapowiada Przemysław Drózd.

Patrycja Otto
Gazeta Prawna

Gazeta Prawna w internecie www.gazetaprawna.pl

GAZETA PRAWNA

[Przejdź do archiwum Gazety Prawnej >](#)