

Zwrot w stronę wyrobów premium

13.08.2008.

Rynek ciastek przyspieszył. To druga najszybciej rozwijająca się kategoria spożywcza o dynamice wzrostu przekraczającej 20 proc.

Rosną wszystkie segmenty, ale najlepiej radzą sobie ciastka pokryte czekoladą, markizy, wafle bez czekolady, ciastka suche i pierniki. – Jesteśmy przekonani, że rynek ciastek będzie odnotowywał dalszy systematyczny wzrost w związku z przyrostem sprzedaży produktów premium – opowiada Joanna Urbanowicz z firmy Lambertz Polonia, której kluczową kategorią są pierniki.

Obecny wzrost całej kategorii wiąże się ze wzrostem zamożności społeczeństwa i spadkiem bezrobocia, co sprzyja rozwojowi rynku convenience. Polacy chcą jeść słodkie coraz lepszej jakości. To dlatego spadają udziały wyrobów marek własnych. – Rozwój segmentu premium widać wyraźnie. Bahlsen, reagując na ten trend, wprowadziła do swojej oferty produkty pod marką Bahlsen importowane z Niemiec. Są to linie Rekord, Selection, Coffee Collection oraz Süsse Lust. Widać też trend prozdrowotny, stąd nasza obecność w kategorii produktów zbożowych, pełnoziarnistych – opowiada Kazimierz Marciniak, dyrektor marketingu w firmie Bahlsen, która produkuje m.in. Krakuski i markizy Hit. Dodaje, że jesienią firma wprowadzi na rynek nowość. – To będzie produkt unikalny i całkiem nowy w naszej ofercie. Szykujemy prawdziwą niespodziankę – zapewnia Marciniak.

Produkty prozdrowotne, wzbogacone błonnikami, o obniżonej kaloryczności to przyszłość tego rynku. Konsumenci oczekują, że ich ulubione ciastka będą smaczne, nietuczące i zdrowe. Producenci starają się wyjść na przeciw tym oczekiwaniom. W marcu Lu Polska wprowadziła na rynek Lu Petiiki Go, pełnoziarniste herbatniki, które firma pozycjonuje jako pożywną przekąskę. Jak dalek będzie rozwijać się rynek ciastek, zależy w znacznej mierze od podwyżek cen surowców oraz rosnących kosztów produkcji. – Niestety, producenci tylko w ograniczonym stopniu mogą przejąć na siebie koszty tak silnego wzrostu cen surowców, jaki utrzymuje się od wielu miesięcy. Podwyżki nas nie ominą. Większość producentów już podniosła ceny. Pytanie, czy na tym koniec – mówi Kazimierz Marciniak z Bahlsena. (AK)