

Warszawa, 12.08.2014r.

Jemy coraz więcej przekąsek

Wzrasta konsumpcja różnego rodzaju przekąsek. Już co drugi konsument (51%) twierdzi, że je przekąski co najmniej dwa razy dziennie, co jest wzrostem w odniesieniu do 48%, którzy podobne deklaracje składali przed dwoma laty. Trend jest wyraźnie rosnący...

Warto zaznaczyć, że w 2010 roku w podobny sposób deklarowało się jedynie 25% wszystkich konsumentów, co zauważalnie wskazuje na wzrastającą konsumpcję różnego rodzaju przekąsek. Wszystko wskazuje na to, że trend ten w najbliższych latach będzie tylko postępował.

Większa sprzedaż

Na potwierdzenie tych słów wystarczy spojrzeć na prognozy dotyczące wartości sprzedaży detalicznej herbatników, ciastek i innych kruchych przekąsek w Polsce w najbliższych latach. Jest to właściwe zobrazowanie konsumenckich trendów na polu wyników sprzedaży. W obecnym roku wartość ta ma wynieść 1 830 mln zł, za dwa lata 1 874 mln zł, podczas gdy jeszcze sześć lat temu wynosiła 1 689 mln zł (wszystkie dane KPMG na podstawie danych Euromonitor).

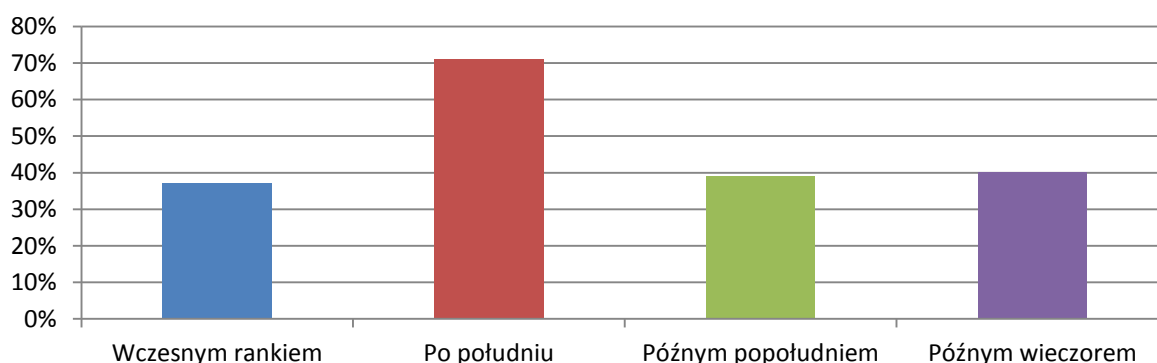
„Polacy lubią sobie podgryzać, co samo w sobie nie jest niczym złym, powiedziałbym nawet że dobrym, jeśli mówimy o zdrowych przekąskach, takich jak słomka ptysiowa. Stąd też nie może dziwić systematyczny wzrost ich konsumpcji, których na rynku mamy już bardzo duży wybór” – mówi Arkadiusz Drążek z firmy Brześć, produkującej bez konserwantowe wyroby cukiernicze.

Według Technomic, platformy badającej przemysł spożywczy, prawie jedna trzecia konsumentów (31%) uważa, że je więcej przekąsek niż przed dwoma laty. Konsumenty nie tylko częściej sięgają po przekąski, ale też samo pojęcie „przekąska” jest definiowane w szerszym zakresie. Obecnie jest to już właściwie każdy produkt, który nie jest większym posiłkiem, a więc może to być nie tylko słodycz, ale również owoc.

Co i kiedy jemy?

Technomic na próbie reprezentatywnej 1500 osób w wieku 18+ sprawdził, w jakich porach dnia najczęściej sięgamy po przekąskę (wybór dla każdej osoby ankietowanej był wielokrotny). Jak pokazuje poniższy wykres, największą ochotę mamy po południu, gdy przekąska często jest naszym poobiednim deserem. Drugą najczęściej zaznaczaną odpowiedzią jest „późnym wieczorem”, gdy lekka przekąska zastępuje nam tradycyjną kolację.

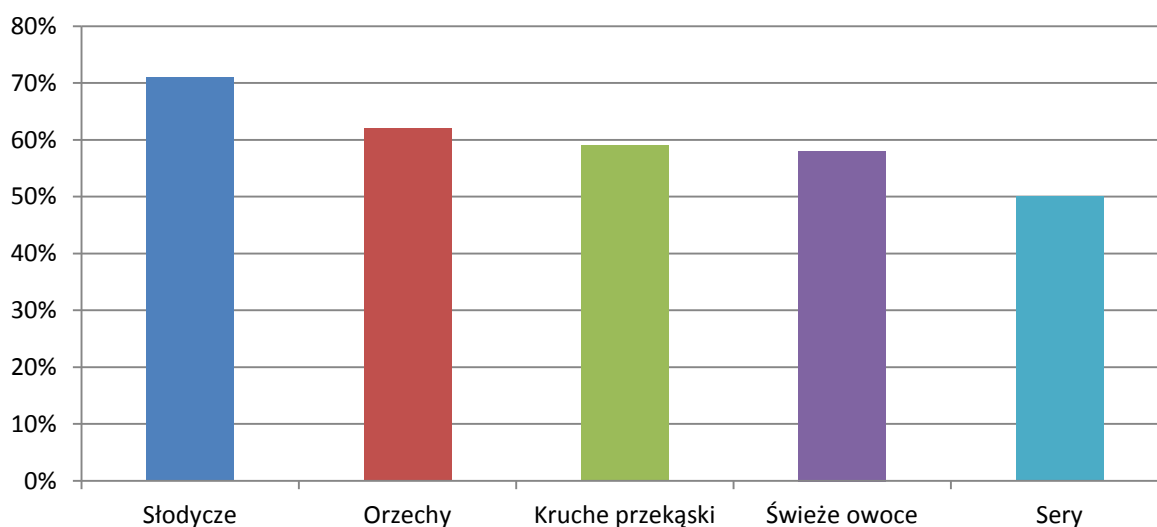
O jakiej porze dnia z reguły sięgasz po przekąskę?



Źródło: Brześć, na podstawie Technomic

Podobne pytanie Technomic zadał o rodzaj przekąsek, które kupujemy przynajmniej okazjonalnie. Tutaj wybór był również wielokrotny, a ankietowani najczęściej wskazywali na słodczyce, orzechy oraz kruche przekąski.

Które z poniższych przekąsek kupujesz przynajmniej okazjonalnie?



Źródło: Brześć, na podstawie Technomic

Aby jeszcze lepiej zrozumieć zachowania konsumentów, ich preferencje oraz stosunek do konkretnych produktów, Technomic uaktualnił swój raport pod nazwą Snacking Occasion Consumer Trend. Na jego podstawie można wyciągnąć kilka bardzo ciekawych wniosków, m.in.:

- konsumenci sięgają po przekąski zarówno między posiłkami (49% deklarowanych), jak również traktują je jako zastępstwo posiłków (45% zastępuje przekąską jeden lub dwa posiłki dziennie)
- połowa konsumentów sugeruje się korzyściami zdrowotnymi przy wyborze przekąsek
- 60% konsumentów (55% w 2012 roku) przy wyborze przekąski bierze pod uwagę jej poręczność, czy da się ją zabrać w każde miejsce i z łatwością schować do każdej torebki

Kontakt dla mediów:

Bartosz Polek

bartosz.polek@goodonegroup.pl

Tel. 669 779 613