

## Rynek produktów mlecznych w małych sklepach [ANALIZA CMR]

data aktualizacji: 2020.05.18



**Z danych Centrum Monitorowania Rynku (CMR) wynika, że produkty mleczne pojawiają się na co ósmym paragonie w sklepach o powierzchni do 300 mkw. i odpowiadają łącznie za około 4 proc. obrotów takich placówek.**

W 2019 roku za nieco ponad 1/5 wartości sprzedaży produktów mlecznych w sklepach małowformatowych odpowiadało mleko, około 15 proc. udziałów w miały jogurty, a kolejne 13 proc. – śmietany. Z uwagi na różnorodność opakowań, smaków i zastosowań oferta nabiału nawet w niewielkim sklepie musi być dość szeroka – jak pokazują dane CMR, przeciętny sklep małego formatu zwykle ma na półkach 120 produktów mlecznych.

### **Kategorie w większości poranne**

Różne kategorie produktów nabiałowych mają swoją specyfikę i sezonowość – o ile mleko sprzedaje się w podobnych ilościach przez cały rok, to już na przykład popyt na śmietanę rośnie wiosną i wczesnym latem, kiedy dojrzewają truskawki i inne owoce. Podobną sezonowością, uzależnioną od dostępu do świeżych owoców, wykazują się również jogurty naturalne, kefiry i maślanki. Okresowe wzrosty sprzedaży można zaobserwować również w kategorii serów – tu jednak szczyt ma miejsce

nieco później, bo w sierpniu (dojrzewają wtedy pomidory, które są idealnym dodatkiem m.in. do serów typu mozzarella i feta).

Większość kategorii mlecznych w sklepach małych formatowych najlepiej rotuje w zwykłe dni, natomiast zainteresowanie nimi spada nieco w weekend – taki tygodniowy rozkład sprzedaży mają m.in. jogurty i kefir, serki wiejskie i kanapkowe, a także desery mleczne i serki homogenizowane. Produkty te są najczęściej kupowane z rana, w drodze do pracy (w 2019 roku około 30 proc. transakcji zakupu jogurtów, serków wiejskich i serków kanapkowych było dokonywanych jeszcze przed godziną 10), choć np. w przypadku deserów mlecznych ważniejsze są godziny popołudniowe. Nieco inaczej rozkłada się sprzedaż tych kategorii mlecznych, które mają szersze zastosowanie i są używane również do gotowania – mleko i sery żółte sprzedają się równie dobrze od poniedziałku do soboty, a dla śmietany to właśnie sobota jest dniem, który odpowiada za największą część obrotów (ponad 20 proc.) i liczbę transakcji.

### **Nabiał lubi chodzić w parze**

Klienci zaopatrujący się w produkty mleczne dostępne w niewielkich porcjach dość często kupują od razu większą ich ilość – tylko na co drugim paragonie z deserami mlecznymi, jogurtami łyżeczkowymi i serkami homogenizowanymi pojawia się jedno opakowanie. W przypadku mleka, maślanek, śmietany czy serów żółtych zdecydowana większość transakcji (80-90 proc.) dotyczy natomiast zakupu tylko jednego opakowania. Z danych CMR wynika, że w koszyku zakupowym z nabiałem często można znaleźć więcej niż jeden rodzaj produktów mlecznych. Na co dwunastym paragonie z mlekiem i na co ósmym z jogurtami naturalnymi pojawia się też śmietana, natomiast aż na co piątym paragonie z serem żółtym występuje też mleko. W co dziesiątym koszyku z deserem mlecznym i w co dwunastym z jogurtami łyżeczkowymi można znaleźć również serki homogenizowane.

### **Mleko bez laktozy robi furorę**

W typowym sklepie małego formatu klient ma do wyboru 10 wariantów mleka. Liderem w tej kategorii pozostaje Mlekoop, drugie miejsce zajmuje Mlekovita (te dwie firmy odpowiadają łącznie za około 2/3 wartości sprzedaży), Trzeba jednak zaznaczyć, że w tej kategorii, oprócz głównych graczy duże znaczenie mają lokalni producenci, których produkty są dostępne tylko w wybranych regionach Polski. W 2019 roku osoby robiące zakupy w sklepach o powierzchni do 300 mkw. najczęściej wydawały na mleko Polskie Świeże z oferty Mlekovity w plastikowych butelkach – udział dwóch najpopularniejszych wariantów (o zawartości 3,2% i 2% tłuszczu) w wartości sprzedaży wyniósł łącznie ponad 20 proc. Na kolejnych miejscach znalazło się mleko Łaciate od Mlekoopu w litrowym kartonie (14 proc. wartości sprzedaży). Warto też odnotować, że klienci takich placówek coraz częściej sięgają po mleko bez laktozy – w zeszłym roku wartość sprzedaży takiego mleka była o 40 proc. wyższa niż w 2018 roku, podczas gdy wartość sprzedaży całej kategorii wzrosła w tym czasie o niespełna 2 proc. W ostatnim kwartale 2019 roku udział wariantów bez laktozy w sprzedaży mleka wynosił już około 6 proc.

Autor: **Elżbieta Szarejko**, ekspert z Centrum Monitorowania Rynku (CMR)

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/rynek-produktow-mlecznych-w-malych-sklepach-analiz,63885>