

Najlepszy czas dla serów sałatkowych

data aktualizacji: 2013.07.31



Cały rynek serów rośnie zarówno w ujęciu ilościowym, jak i wartościowo. Największe udziały w nim mają sery żółte, ale najszybciej rozwijają się produkty typu feta oraz sery białe kremowe. Na znaczeniu traci twaróg.

Koniunktura jest dobra, a obroty wysokie. Nie mamy powodów do narzekań – mówi Jacek Wyrzykiewicz, reprezentujący rynkowego lidera, firmę Hochland Polska. Podkreśla, że perspektywy rozwoju rynku są wciąż obiecujące, gdyż nadal nie osiągnęliśmy takiego poziomu spożycia serów na statystycznego mieszkańca, jak Niemcy czy Francuzi.

Gouda i edamski w żelaznym asortymencie

Największą kategorią serów w Polsce, wartą około 2 mld zł, są sery żółte, do których należy trzecia część rynku pod względem ilościowym. Tu bardzo szybko rozwijającym się segmentem są sery paczkowane w plastrach. Firma Hochland, widząc potencjał segmentu, zdecydowała się na odświeżenie opakowań, które teraz dostępne są ze znakiem podkreślającym atuty produktu: „Bez konserwantów. Bogaty w wapń”.

Reprezentująca Spomlek (m.in. marka Serenada) Marta Tomaszewska twierdzi, że największym powodzeniem cieszą się dobre jakościowo sery w ekonomicznej cenie. W szczególności dotyczy to najbardziej popularnych gatunków, czyli goudy i edamskiego. – Trend ten w ostatnim czasie się zmienia, ponieważ konsumenci coraz większą uwagę zwracają na markę produktu lub nazwę producenta – mówi przedstawicielka Spomleku. Producent zapowiada, że oferta powiększy się niebawem o ser skierowany do najmłodszych konsumentów. Z kolei Spomlek wprowadza nową linię produktów Sery z Radzyna Podlaskiego dla osób poszukujących nowych smaków.

W dyskontach pakowane, w supermarketach krojone

Jacek Wyrzykiewicz zwraca uwagę na fakt, że z ekspansją dyskontów wiąże się z coraz mocniejsza pozycja marek własnych, jednak nadal spora grupa konsumentów sięga po sery markowe. Wraz z rozwojem dyskontów szczególnie widać rozwój produktów konfekcjonowanych. Konsumenci najchętniej kupują sery w wygodnych opakowaniach otwórz-zamknij. Niemniej jednak nadal ważną rolę odgrywają zakupy przy tzw. ladzie tradycyjnej. Sery żółte na wagę stanowią połowę kategorii i nie tracą na popularności. Odpowiadając na ten trend, w kwietniu br. Hochland wprowadził do oferty sery żółte Premium na wagę w trzykilogramowych blokach. Do sprzedaży trafiły trzy warianty: Emmentaler Classic, Maasdamer Character i Kaaslander Premium w atrakcyjnie prezentujących się w ladzie opakowaniach.

Ser dobry również na grilla

Sezon letni to okres wzmożonego zainteresowania serami solankowymi do sałatek, jak również serami topionymi i żółtymi stosowanymi w daniach zapiekanych, dipach czy sosach. – Warto wtedy wyeksponować ofertę serów sałatkowych typu feta czy mozzarella, ponieważ to najlepszy okres na ich sprzedaż – radzi Milena Stelmach-Poniatowska z firmy Turek. Niedawno producent zaoferował ser sałatkowy Turek Islos w dwóch wariantach: naturalnym i z ziołami. Dzięki wygodnemu opakowaniu produkt nie kruszy się i nie łamie podczas krojenia.

Na rynek serów wpływa również powszechny zwyczaj grillowania – sery mogą stanowić nie tylko składnik sałatek uzupełniających grillowe menu, ale również samodzielne danie opiekane na ruszcie. – Z roku na rok widoczne jest coraz większe zainteresowanie klientów serami sałatkowo-grillowymi – mówi Magdalena Rudzińska z Temaru. Obok greckiej Fety oraz serów sałatkowych marek Delaktis i Sirtakis w ofercie Temaru znajdują się oryginalne propozycje półtwardych produktów do przygotowania na grillu: Ser na grilla lub patelnię Sirtakis 100 g oraz Halloumi Ser z Cypru Sirtakis 225 g z dodatkiem posiekanej mięty, wyprodukowany z mleka krowiego, koziego i owczego. Sery solankowe są dynamicznie rozwijającą się kategorią, której wartość sięgnęła poziomu 120 mln zł. Poza twardymi wyrobami do sałatek producenci poszukują nowych możliwości rozwoju tej kategorii. Hochland wprowadził niedawno na rynek produkty do smarowania na bazie serów solankowych. Hochland Piatto do smarowania dostępny jest w trzech smakach: Oryginalny, Z papryczką chili i bazylią oraz Z czosnkiem i bazylią.

Moda na kolorowy pieprz i duety smakowe

Sery topione w krążkach to rozwijająca się subkategoria, trzecia wśród serów topionych, stanowiąca 20 proc. udziałów sprzedaży wartościowej, która cały czas rośnie. Niezmiennie najpopularniejszymi formatami są kostki i plastry oraz krążki, z których najchętniej wybierane są miksy smakowe. Jak mówi Aneta Będkowska z firmy Sertop, już tylko wąska grupa konsumentów szuka na półkach sklepowych produktów light. Jej zdaniem wśród konsumentów modne są sery smakowe z kolorowym pieprzem oraz tzw. dwusmaki, np. ziołowy z czosnkiem czy ogórkowy z koperkiem. Z oferty firmy najchętniej kupowane są jednak produkty bez dodatków smakowych, takie jak Złoty Ementaler, Gouda czy Tylżycki. Z serków smakowych dużą popularnością cieszy się serek z szynką, szczypiorkiem, słonecznikiem, borowikami oraz kolorowym pieprzem. Do oferty ostatnio dołączyły też warianty w formie stugramowych kiełbasek w najpopularniejszych smakach: naturalnym oraz z dodatkiem szynki.

Rodzina serów topionych Hochland w kubkach zyskała nowy wizerunek i nazwę Serissimo. Dostępna jest w ośmiu wariantach: Gouda, Emmentaler, Maasdamer, Cheddar, Camembert, Gouda z pomidorami i szczypiorkiem, Gouda z warzywami oraz Gouda z szynką i cebulką. Producent wprowadził też na rynek innowację - Hochland Twarogowy w krążkach na bazie naturalnego twarogu. Nowość jest oferowana w trzech wariantach: Naturalny, Mix (naturalny, z cebulką i szczypiorkiem, z chrzanem), Duo (naturalny, z pieprzem). Hochland Twarogowy ma silne wsparcie marketingowe.□

(CHB)

Wiadomości Handlowe, Nr 8 (127) Sierpień 2013

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/najlepszy-czas-dla-serow-salatkowych,659>