

## Polacy wydają w sklepach coraz więcej na grilla - raport Tesco

data aktualizacji: 2016.04.27



**Według danych Tesco popularność oferty grillowej stabilnie rośnie, tylko w 2015 roku sprzedaż tego typu produktów wzrosła o 11 proc. w stosunku do roku poprzedniego. W tym sezonie firma wprowadza na rynek nową ofertę produktów gotowych do wrzucenia na ruszt. Na klientów czeka blisko 40 nowych artykułów, w tym gotowe zestawy mięsne, sery, marynaty i sosy.**

Początek maja to nieoficjalny start sezonu grillowego – to właśnie wtedy, o ile pogoda pozwoli, Polacy masowo oblegają każdy skrawek zielonej przestrzeni i grillują do zmroku. Zamiłowanie Polaków do grillowania potwierdzają wyniki sprzedaży: w sezonie grillowym sprzedaż kiełbasek rośnie trzykrotnie, a klienci Tesco kupują w tym czasie średnio tonę kiełbasek co godzinę. Jak wynika z badania przeprowadzonego przez SW Research dla Tesco Polska, aż 79,5 proc. Polaków posiada grilla, a kolejne 13,5 proc. planuje jego zakup. Co więcej, prawie trzy czwarte Polaków regularnie grilluje: 30,7 proc. co najmniej raz w tygodniu, a 43,6 proc. 2-3 razy w miesiącu. Średnie wydatki na produkty spożywcze u czterech na pięciu grillujących (80,8 proc.) nie przekraczają 30 zł na jedną osobę na jedno grillowanie.

Prawie połowa z grillujących (45,4 proc.) woli korzystać z zestawów gotowych do wrzucenia ruszt, a tylko nieznacznie więcej Polaków (54,6 proc.) samodzielnie przygotowuje dania z grilla. Popularność gotowych zestawów rośnie: w zeszłorocznym badaniu 34 proc. Polaków zadeklarowało, że szykując się do grillowania woli korzystać z gotowych produktów.

Tesco odpowiada na potrzeby zarówno jednej, jak i drugiej grupy, wciąż rozwijając ofertę swoich produktów. Klienci sieci mogą już wybierać spośród kilkudziesięciu artykułów, w tym prawie 40 nowości, wśród których można znaleźć m.in. gotowe zestawy zamarynowanego czerwonego i drobiowego mięsa prosto do wrzucenia na ruszt, burgery, kiełbaski, ryby, a także wysokiej jakości argentyńskie steki wołowe. Na półkach sklepów znajdziemy również takie pozycje, jak sery camembert o różnych smakach do wrzucenia na ruszt, kiełbaski z suszoną śliwką, meksykańskie czy z serem, a także gotowe marynaty. Kolejną nowością są kiełbaski bez konserwantów, z obniżoną zawartością soli czy z dodatkiem soli morskiej. To ukłon Tesco w stronę klientów zwracających szczególną uwagę na swoją dietę.

*- Każdego roku obserwujemy rosnącą popularność gotowych zestawów grillowych w marynatach i specjalnych zalewach. Dzięki nim, nasi klienci mogą oszczędzić sporo czasu i spędzić go wspólnie z rodziną na ulubionych zajęciach na świeżym powietrzu - mówi Michał Sikora, rzecznik prasowy Tesco Polska.*

*- Chcemy aby każdy z klientów znalazł w naszej ofercie coś wyjątkowego, dlatego z myślą o osobach szczególnie zwracających uwagę na swoją dietę, w tym roku wprowadziliśmy kiełbaski grillowe bez konserwantów czy z obniżoną zawartością soli. To świetny sposób aby nie zapominając o diecie, cieszyć się spotkaniem przy grillu z rodziną i przyjaciółmi - dodaje Sikora.*

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/polacy-wydaja-w-sklepach-coraz-wiecej-na-grilla-ra,6657>