

# hurt&detal

ogólnopolskie pismo rynku fmcg



Nowa kolekcja makaronów Animak



**NOWOŚĆ**

SILNE WSPARCIE MARKETINGOWE



POSY



PRASA



INTERNET



# DZEMY KONFITURY POWIDŁA

DZEMY OD HERBAPOLU:

- ✓ tylko lokalne uprawy
- ✓ odmianowe owoce
- ✓ tradycyjne receptury
- ✓ siła zaufanej marki

Nowość

# Lider syropów w nowej kategorii!



Szerokie i silne  
wsparcie mediowe



TV



Prasa



Internet



PR



Social

# E dytorial ▶



**Tomasz Pańczyk**  
Redaktor Naczelny

Drodzy Czytelnicy!

Z wielką przyjemnością witam Państwa w lutowym numerze miesięcznika Hurt & Detal. Tegoroczna Wielkanoc jest wcześniej niż rok temu, dlatego już teraz główna część pisma – Raport – poświęcona jest właśnie tematyce świątecznej i produktom, których nie może zabraknąć na półkach sklepowych. Luty, to również miesiąc, w którym przekazujemy w Wasze ręce Ankiety konkursową „Złoty Paragon – Nagroda Kupców Polskich” z wielką prośbą o wypełnienie (w wolnej chwili) i odesłanie do TNS Polska w załączonej – opłaconej już – kopercie. To od Was zależy, które z produktów zostaną Liderem Rynku i otrzymają prestiżową statuetkę „Złoty Paragon 2015”. Jak co roku, wśród Kupców, którzy odesłają wypełnioną Ankiety, rozlosujemy atrakcyjne nagrody o łącznej wartości 60 tys. zł. Zachęcam do wypełnienia Ankiety i oczywiście zapraszam do lektury lutowego wydania miesięcznika Hurt & Detal.

Pozdrawiam serdecznie.

Ogólnopolskie pismo rynku FMCG

**hurt&detal**

ul. Bagno 2/218, 00-112 Warszawa  
tel./fax: 22 847-93-67, tel.: 22 847-93-68  
e-mail: redakcja@hurtidetall.pl  
www.hurtidetall.pl

#### Redakcja

Tomasz Pańczyk – Redaktor Naczelny  
e-mail: t.panczyk@hurtidetall.pl

Maja Świąćka – Redaktor  
e-mail: m.swiecka@hurtidetall.pl

Monika Dawiec – Redaktor  
e-mail: m.dawiec@hurtidetall.pl

Monika Kociubińska – Redaktor  
e-mail: m.kociubinska@hurtidetall.pl

#### PR Manager

Katarzyna Ogonowska

#### Biuro Reklamy

tel./fax: (22) 847-93-67  
tel. (22) 828-93-66

Beata Kurp – Dyrektor Sprzedaży i Marketingu  
e-mail: b.kurp@hurtidetall.pl

Agnieszka Niewiadomska – Senior Account Manager  
e-mail: a.niewiadomska@hurtidetall.pl

Katarzyna Kałczyńska – Senior Account Manager  
e-mail: k.kalczynska@hurtidetall.pl

Marcin Michalski – Senior Account Manager  
e-mail: m.michalski@hurtidetall.pl

Rafał Chudzik – Senior Account Manager  
e-mail: r.chudzik@hurtidetall.pl

Katarzyna Paciorek – Account Manager  
e-mail: k.paciorek@hurtidetall.pl

#### Projekt graficzny, skład

Ewa Leszczyńska, Paweł Pańczyk

#### Wydawca

Fischer Trading Group Spółka z o.o.  
ul. Bagno 2/218, 00-112 Warszawa  
NIP 712-290-97-55

Druk: ArtDruk

www.artdruk.com

Dystrybucja: zamknięta  
(wyłącznie do firm zajmujących się handlem  
detalicznym i hurtowym oraz produkcją  
w sektorze FMCG)

Wszelkie uwagi i propozycje prosimy kierować:

e-mail: redakcja@hurtidetall.pl

Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść reklam.

Materiałów nie zamówionych redakcja nie zwraca.

Zastrzegamy sobie prawo odstąpienia od zamieszczenia

reklam i tekstów, bądź też skracania treści artykułów.

Prezentowane produkty nie stanowią oferty

w rozumieniu przepisów Kodeksu cywilnego.

Prezentowane ceny mają charakter orientacyjny.

Prezentowane wyroby alkoholowe stanowią informację

wyłącznie dla celów handlowych.

ISSN 1896-3137

Nakład: 70 000 egz.

Kontrolowany przez ZKDP



Redakcja miesięcznika Hurt & Detal z przyjemnością informuje, że do V edycji konkursu „Złoty Paragon – Nagroda Kupców Polskich” zgłoszonych zostało blisko **330 produktów w 50 kategoriach.**

Dziękujemy wszystkim Producentom, którzy zgłosili swoje produkty do rywalizacji o statuetki „Złoty Paragon 2015”! Laureatów konkursu poznamy w dniu 21 maja 2015 roku, podczas uroczystej Gali w Teatrze Kamienica w Warszawie. Wśród Kupców, którzy odesłali do TNS Polska prawidłowo wypełnioną ANKIETĘ do dnia 10 kwietnia 2015 roku (decyduje data stempla pocztowego) rozlosujemy atrakcyjne nagrody o łącznej wartości 60 000 złotych. Informacja o Fundatorach nagród, którym serdecznie dziękujemy, znajduje się poniżej.

#### PATRONAT HONOROWY



Agencja Rynku Rolnego

#### PATRONAT MERYTORYCZNY



#### FUNDATORZY NAGRÓD

POSNET

MAGO

ELZAB 1969

InsERT  
programy dla firm

Rabtrolley  
the new generation of rollers

B/S/H/

KatalogMarzeń.pl



ASB Prodators

Bed & Breakfast  
wiosna  
Toskana  
Murzasichle

#### ORGANIZATOR

hurt&detal

#### AGENCJA BADAWCZA

TNS



**Dostęp do tych treści  
mogą mieć wyłącznie  
firmy zajmujące się  
produkcją, obrotem  
hurtowym oraz handlem  
napojami alkoholowymi.**

(Ustawa z dnia  
26 października 1982 r.  
o wychowaniu w trzeźwości).



**Dostęp do tych treści  
mogą mieć wyłącznie  
firmy zajmujące się  
produkcją, obrotem  
hurtowym oraz handlem  
napojami alkoholowymi.**

(Ustawa z dnia  
26 października 1982 r.  
o wychowaniu w trzeźwości).



**Dostęp do tych treści  
mogą mieć wyłącznie  
firmy zajmujące się  
produkcją, obrotem  
hurtowym oraz handlem  
napojami alkoholowymi.**

(Ustawa z dnia  
26 października 1982 r.  
o wychowaniu w trzeźwości).

# Spis treści ▶

## WIADOMOŚCI..... 10

Trzy pytania do Michała Miusa, WSP Społem ..... 13

## RAPORT: Wielkanoc w handlu

Gotowi do świąt? ..... 18

Trunki z wyższej półki ..... 42

Świąteczne porządki ..... 50

## KATEGORIE PRODUKTÓW

Dobry początek dnia ..... 58

## WYWIAD

Jacek Wyrzykiewicz, Hochland Polska ..... 67

## KATEGORIE PRODUKTÓW

Przekąski..... 68

Mrożone smaki ..... 70

Dla najmłodszych..... 74

Cena świeżego oddechu..... 78

## WYWIAD

Dr Adam Mokrysz, Mokate ..... 84

Karolina Karolczak, Agros-Nova ..... 86

## PREZENTACJA

Helix ..... 88

Pupil Foods ..... 91

## ZARZĄDZANIE KATEGORIĄ

Zarabij na śledziach..... 92

## REPORTAŻ

Międzynarodowe Targi Słodczy ISM ..... 94

TWÓJ KSIĘGOWY ..... 96

ROZRYWKA ..... 98

NOWOŚCI.....99



Opowiedz nam swoją

HISTORIE

NOWY  
KONKURS

Szczegóły na stronie 90.





# KAŻDE DANIE TO NOWE ODKRYCIE

Sosy Folwark to idealna propozycja dla wszystkich - amatorów grilla i nie tylko. Starannie dobrane receptury i kompozycja składników zmieniają każde danie w nową i ekscytującą kulinarną przygodę.



WSPARCIE:



POS

OUTDOOR

PR



INTERNET

PRASA

SOSY FOLWARK - GWARANCJA ZYSKU W TWOIM SKLEPIE.



Przepisy  
spod lady



Sylwia Strehl-  
Templer



Magdalena  
Dawid



## Przepisy spod lady – znamy już zwycięzców drugiej edycji konkursu portalu [www.hurtidet.pl](http://www.hurtidet.pl)!

Portal Kupców Polskich ([www.hurtidet.pl](http://www.hurtidet.pl)) ma przyjemność ogłosić laureatów II edycji konkursu – Przepisy spod lady, w której zadaniem Uczestników było przesłanie ulubionego przepisu kulinarnego z wykorzystaniem produktu Szynka Wędzarka Olewnik.

Autorki dwóch najbardziej smakowitych propozycji kulinarnych otrzymują atrakcyjne nagrody – zestawy kuchenne zawierające czajnik, deskę do krojenia oraz fartuszek, ufundowane przez firmę Olewnik! A są nimi:

• **Sylwia Strehl-Templer** – ekspedientka ze sklepu spożywczego w Gdańsku, za przepis „Wariacja z szynką”

• **Magdalena Dawid** – pracownik sklepu spożywczego z Gdyni, za przepis na „Sałatkę na szybko”

Laureatkom gratulujemy! Zapraszamy również do śledzenia i udziału w kolejnych wydaniach konkursu Przepisy spod lady.

Przypomnijmy, że Sponsorem II edycji konkursu Przepisy spod lady była Szynka Wędzarka Olewnik, wyjątkowy produkt wyprodukowany z najwyższej jakości mięsa z szynki wieprzowej.

reklama

## Egzotyczne sosy z przyprawą do mięsa!



NO  
WO  
Ś  
Ć

LOWICZ Samo najlepsze



Dostęp do tych treści mogą mieć wyłącznie firmy zajmujące się produkcją, obrotem hurtowym oraz handlem napojami alkoholowymi.

(Ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości).

## W skrócie

Martin Mateáš kierujący od ponad 4 lat spółką **Hoop Polska** zakończył z dniem 1 lutego 2015 r. pełnienie obowiązków prezesa zarządu. Funkcję nowego prezesa objęła dotychczasowa Wiceprezes i Dyktor ds. finansowych Hoop Polska – Simona Nováková.

\* \* \*

**Tetra Pak**, światowy lider w dziedzinie przetwarzania i pakowania żywności, dokonał zakupu polskiej firmy **Obtram S.A.**, wiodącego dostawcy rozwiązań z dziedziny technologii i urządzeń do produkcji sera, działającego w Polsce, Rosji, na Białorusi i w wielu innych krajach Europy Wschodniej.

\* \* \*

**Hochland Polska** zainwestuje w 2015 roku kilka milionów euro. W inwestycjach firma upatruje dodatkowej szansy na umacnianie przewagi konkurencyjnej.

\* \* \*

Naukowcy z **IBM** oraz **Mars Incorporated** powołali projekt na rzecz sekwencjonowania łańcucha dostaw żywności – platformę współpracy w dziedzinie bezpieczeństwa żywności, pozwalającą wykorzystać potencjał tkwiący w genomice (nauka zajmująca się analizą genomu organizmów) dla zrozumienia czynników, które czynią żywność bezpieczną.

\* \* \*

**Bakalland** ma nowego Wiceprezesa Zarządu, który będzie pełnił też funkcję Dyrektora sprzedaży ds. detalu. Został nim Radosław Lisiecki.

\* \* \*

**Oshee** – lider rynku izotoników kupił rozlewnię **Masspol**. Już w 2015 r. dzięki wodom jego przychody mają się zwiększyć o kilkanaście milionów złotych (Rzeczpospolita).

\* \* \*

Grupa naukowców z **Nestlé** wybrała się do szwajcarskiej restauracji na wysokości prawie 4 000 m n.p.m., żeby sprawdzić, czy jedzenie gotowane w tak ekstremalnych warunkach będzie smakować tak samo, jak to przygotowane. Wyniki doświadczenia, opublikowane w „Journal of Agricultural and Food Chemistry”, mogą być pierwszym krokiem do smaczniejszych, zdrowszych i bardziej naturalnych produktów spożywczych.



**POLSKIE ZDROJE**

Jesteśmy premiowi  
- nie dyskontowi



[zamowienia@polskiezdroje.pl](mailto:zamowienia@polskiezdroje.pl)

## Ustronianka Oficjalnym Sponsorem Piłkarskiej Reprezentacji Polski

Polski Związek Piłki Nożnej informuje, że podpisał umowę sponsorską z producentem wody mineralnej Ustronianka dotyczącą sponsorowania drużyny narodowej. Na mocy umowy firma Ustronianka uzyskała tytuł „Oficjalnego Sponsora Piłkarskiej Reprezentacji Polski” i będzie sponsorem drużyny narodowej w trakcie eliminacji Euro 2016 oraz na czas turnieju finałowego mistrzostw Europy we Francji.

W ramach umowy Ustronianka otrzymała prawo do posługiwania się tytułem „Oficjalnego Sponsora Piłkarskiej Reprezentacji Polski”, a także do wykorzystywania we własnej działalności marketingowej oficjalnego logotypu Reprezentacji Polski. Logotyp firmy pojawi się również na reklamach podczas meczów drużyny narodowej rozgrywanych w Polsce, a także na tablicach sponsorskich w czasie konferencji



prasowych, na stronie internetowej PZPN, jak również na zaproszeniach, biletach oraz w programach meczowych.



## The Special One poprowadzi 4MOVE!

To prawdziwy hit! Jose Mourinho, jeden z najbardziej utytułowanych i charyzmatycznych menedżerów piłkarskich na świecie rozpoczyna współpracę z marką 4MOVE. Portugalski szkoleniowiec będzie sygnował swoim wizerunkiem nową linię napojów 4MOVE – „The best trainers recommend”. Marka 4MOVE jest pierwszym polskim i jednym z nielicznych brandów na świecie, których ambasadorem został legendarny „The Special One”. Charyzmatyczny menedżer, wielka osobowość, geniusz taktyki, wspaniały motywator – to tylko niektóre z określeń, którymi fani sportu na całym świecie posługują się opisując postać Jose Mourinho.

Jest kolejnym po Mike’u Tysonie i Robercie Kubicy wybitnym przedstawicielem świata sportu, który został ambasadorem jednej z marek należących do FoodCare. Współpraca 4MOVE z portugalskim menedżerem obejmuje szerokie wykorzystanie wizerunku Mourinho w działaniach ATL oraz inicjatywach dedykowanych konsumentom. Na najbliższe miesiące FoodCare przygotował liczne aktywności, które bardzo pozytywnie zaskoczą fanów 4MOVE.

reklama

## Egzotyczne sosy z przyprawą do mięsa!



NO  
WO  
ŚĆ

Dostęp do tych treści mogą mieć wyłącznie firmy zajmujące się produkcją, obrotem hurtowym oraz handlem napojami alkoholowymi.

(Ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości).

## „Poradnik Przywódcy Stada” – nowa kampania reklamowa marki LION

W połowie stycznia, należąca do firmy Nestlé, marka LION wystartowała z nową kampanią reklamową prowadzoną pod hasłem: „Poradnik Przywódcy Stada”. Swoim zasięgiem kampania obejmuje ogólnopolskie stacje telewizyjne, działania w serwisie YouTube i na fanpage’u marki LION na Facebooku oraz banery na największych portalach internetowych. Dodatkowo na potrzeby kampanii powstały oryginalne materiały POS, które w trakcie trwania kampanii pojawiają się w sklepach. Nowa kampania marki LION ma na celu wzmocnienie wizerunku oraz przybliżenie wartości marki, ważnych dla



grupy docelowej. „Poradnik Przywódcy Stada” to cykl zabawnych porad w formie animowanych filmów oraz grafik przedstawiających sytuacje z życia dzikich zwierząt.



# Trzy pytania do...

Trzy pytania do **Michała Miusa**, Prezesa Zarządu WSP Spółem kieruje **Monika Dawiec**.

## Święta Wielkanocne coraz bliżej. Jak do tego okresu przygotowuje się WSP Spółem?

Okres przedświąteczny to dla Wytwórczej Spółdzielni Pracy „Spółem” czas intensywnych działań na wielu obszarach – związanych głównie z promocją, dystrybucją i sprzedażą. Wzorem lat ubiegłych w marcu br. rozpoczęliśmy ogólnopolską kampanię promocyjną Majonezu Kieleckiego. Obejmie ona szeroki zakres mediów, m.in. telewizję, prasę, Internet oraz outdoor. Systematycznie pracujemy nad tym, aby docierać z naszą ofertą zarówno do największych sieci handlowych, jak i do lokalnych sklepów spożywczych i delikatesów. Konsekwentnie dbamy o utrzymanie odpowiedniej liczby przedstawicieli handlowych, którzy będą w stanie, w tym gorącym okresie,

## Co nowego pojawi się w ofercie świątecznej?

Mamy świadomość, że wygodą użytkowania produktów, szczególnie podczas świątecznych przygotowań jest dla wielu konsumentów niezwykle cenna. Dlatego uzupełniliśmy naszą ofertę o Majonez Kielecki 500 ml i Musztardę Kielecką delikatesową 545 g w plastikowych opakowaniach. Co warto podkreślić, mimo nowej formy opakowań, zachowaliśmy tradycyjne, cenione przez konsumentów receptury obu wyrobów. Mamy nadzieję, że dzięki temu kwestie związane z doprawianiem i dekorowaniem świątecznych potraw staną się jeszcze przyjemniejsze. Konsumenti poszukują produktów, które nie tylko spełniają ich oczekiwania pod kątem najwyższej jakości oraz smaku,

ale dodatkowo wyróżnią się jeszcze czymś szczególnym. W związku z tym, zamierzamy kontynuować rozpoczętą już strategię produkcji żywności funkcjonalnej. W naszej obecnej ofercie, w tej kategorii znajduje się Majonez Kielecki Omega-3 oraz Majonez Kielecki z czosnkiem. Kolejne z naszych niespodzianek powinny pojawić się na rynku pod koniec bieżącego roku.

## Jakiego wsparcia WSP Spółem udzieli detalistom?

Wytwórcza Spółdzielnia Pracy „Spółem” dokłada wszelkich starań, by detailści mogli liczyć na wsparcie zawsze wtedy, gdy zajdzie taka potrzeba. Ponadto, w okresie przedświątecznym planujemy dodatkowo wesprzeć działania handlowców – głównie poprzez produkcję materiałów POS promujących Majonez Kielecki. Taka forma promocji w połączeniu z tradycyjną reklamą przyczyni się do zwiększenia sprzedaży naszego flagowego wyrobu.

reklama



MIĘDZYNARODOWE TARGI ŻYWNOSCI I NAPOJÓW

**CAŁA BRANŻA SPOŻYWCZA SPOTYKA SIĘ W WARSZAWIE!**

**14-16 kwietnia 2015**

Warszawa | EXPO XXI

[worldfood.pl](http://worldfood.pl)

## Warzywno inspiracje Bonduelle



Bonduelle otwiera nową epokę kulinarną – warzywa już przygotowane „Na parze”, wykorzystując innowacyjną metodę blanszowania, która pozwala zachować idealny smak, chrupkość i jeszcze więcej wartości odżywczych warzyw mrożonych oraz w puszkach.

Strona internetowa, dostępna pod adresem [www.warzywnoinspiracje.pl/naparze](http://www.warzywnoinspiracje.pl/naparze), stanowi oś komunikacji na temat nowej linii produktów „Na parze”: warzywa „Gotowane na parze” (puszki) oraz warzywa „Już przygotowane na parze” (mrożone). Portal stanowić będzie inspirację dla miłośników kulinariów.

reklama

## Egzotyczne sosy z przyprawą do mięsa!



**LOWICZ** Samo najlepsze

**N  
O  
W  
O  
Ś  
Ć**

reklama

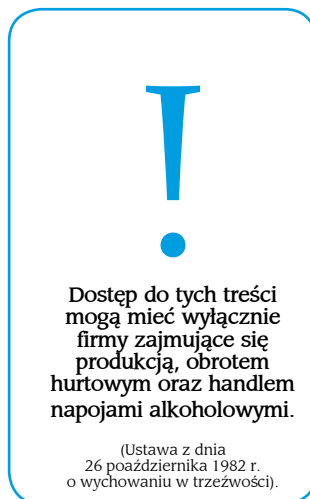


## Caffetteria Mokate – nowe oblicze marki Mokate

Mokate, czołowy europejski producent kawy i herbaty, wprowadziło nową identyfikację wizualną. Zmieniły się tym samym opakowania wszystkich produktów sygnowanych marką Mokate oraz widniejące na nich logo.

Marka Mokate przeszła zmianę wizerunkową – największą w swojej 25-letniej historii. Zastąpiła ją bowiem Caffetteria Mokate, co oznacza nie tylko nową identyfikację graficzną marki i jej produktów, ale także zmianę jej pozycjonowania. Caffetteria Mokate to bowiem – jak sugeruje nazwa – ekspert w produktach kawiarzanych.

**MOKATE**



## 18 ton produktów dla potrzebujących od marki Amino

Amino, jedna z najstarszych polskich marek kulinarnych, udowadnia, że bliska jest jej idea społecznej odpowiedzialności biznesu. W 2014 roku nastąpiło przekazanie do Federacji Polskich Banków Żywności aż 18 ton produktów.



W 2014 roku marka Amino rozpoczęła działania prowadzone w oparciu nową strategię komunikacyjną. W związku z tym odświeżony został layout opakowań wszystkich produktów z kategorii kulinarnej. W tej sytuacji marka stanęła przed dylematem, co zrobić z produktami w starej szacie graficznej. Amino, jako marka, która ceni tradycyjne polskie wartości, postanowiła te produkty przeznaczyć na pomoc dla potrzebujących. Zostały one przekazane do Federacji Polskich Banków Żywności, której misją jest przeciwdziałanie marnowaniu żywności oraz zmniejszanie obszarów niedożywienia w Polsce. Przedmiotem darowizny były zupy i sosy suche marki Amino – ponad 22 tysiące kartonów produktu o imponującej łącznej wadze 18 ton.

● POMIDOR ● OGÓREK ● PAPRYKA



ŚWIEŻE POMYSŁY  
OPARTE NA DIECIE  
ŚRÓDZIEMNOMORSKIEJ

[www.vegiterraneo.gr](http://www.vegiterraneo.gr)

Mediterranean  
Values



KAMPANIA FINANSOWANA PRZEZ  
UNIĘ EUROPEJSKĄ I GRECJĘ



## Marka Rapso i Kresto w szczytnym celu – gala charytatywna magazynu „Businesswoman & life”



16 stycznia w Centrum Olimpijskim w Warszawie odbyła się wyjątkowa gala charytatywna, zorganizowana przez magazyn „Businesswoman & life”.

W wydarzeniu tym wzięły udział również marki Rapso i Kresto, przekazując swoje produkty na rzecz potrzebujących dzieci. Będąca punktem kulminacyjnym wieczoru aukcja, poprowadzona przez Artura Barcisia, pozwoliła zebrać aż 46 tysięcy złotych, które przekazano Stowarzyszeniu „SOS Wioski Dziecięce”.

reklama

## Egzotyczne sosy z przyprawą do mięsa!



NO  
WO  
ŚĆ

**LOWICZ** Samo najlepsze

## Hit wydłuża sezon na Caramel&Brownie oraz White Choco Delight

Dwa smaki sprzedawane dotychczas przez markę HIT jako limitowana edycja roku 2014 pozostają w portfolio marki na dłużej. White Choco Delight oraz Caramel Brownie to najlepiej sprzedające się w historii marki sezonowe smaki popularnych markiz.

Atrakcyjny i nowoczesny design oraz niepowtarzalne smaki White Choco Delight i Caramel Brownie podbiły serca konsumentów i zyskały ich uznanie. Od początku kwietnia do końca listopada 2014 r. sprzedanych zostało ponad 100 000 sztuk obu produktów (dane



za AC Nielsen, AM-ON 2014, Total Poland). Tak dobre wyniki sprzedażowe zadecydowały o włączeniu tych dwóch smaków do stałej oferty. White Choco Delight i Caramel Brownie dołączyły do dobrze znanych już konsumentom smaków takich jak Hit Orzechowy, Hit Kokos, Hit Wanilia czy Hit Czekolada. Teraz konsumenci będą mogli już na stałe delektować się tymi wyjątkowymi wariantami smakowymi.

## „Kubusiowe Szpitale” – Kubuś maluje oddziały dziecięce w szpitalach w całej Polsce

Barwne postaci, magiczna sceneria wesołej, bajkowej krainy, mnóstwo kolorów – tak będzie wyglądało 20 oddziałów dziecięcych w szpitalach w całej Polsce, dzięki specjalnemu projektowi artystycznemu Kubusia pod hasłem „Kubusiowe Szpitale”. Marka postanowiła zamienić nudne, szare i obce dla maluchów szpitalne przestrzenie w barwny Kubusiowy świat. Projekt rozpoczął się od Oddziału Dermatologii Dziecięcej w Szpitalu im. Żeromskiego w Krakowie. To pierwsza placówka, w której powstała wyjątkowa, Kubusiowa kraina. Po sukcesie projektu w krakowskiej lokalizacji, nadszedł czas na kolejne. Już wkrótce, w kilkunastu



kolejnych szpitalach w całej Polsce pojawią się Kubusiowe oddziały.

Projekt jest kontynuacją akcji, jaką marka Kubuś prowadziła blisko 10 lat wcześniej, malując dziecięce oddziały w 5 miejscowościach, na terenie powiatów, w których znajdują się zakłady produkcyjne Grupy Maspex Wadowice.

## „5 porcji warzyw, owoców lub soku”

Zanosi się na przełom w rozwoju rynku żywności ekologicznej po właśnie podpisanej umowie Agencji Rynku Rolnego z Ogólnopolskim Stowarzyszeniem Przetwórców i Producentów Produktów Ekologicznych „POLSKA EKOLOGIA”. Umowa ma tytuł „Ekoeuropa – Jakość i Tradycja” i dotyczy realizacji trzyletniej kampanii promującej EKO żywność w USA, Japonii i Singapurze.



Dostęp do tych treści mogą mieć wyłącznie firmy zajmujące się produkcją, obrotem hurtowym oraz handlem napojami alkoholowymi.

(Ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości).



# Produkcja wódki rekordowo niska!

Podwyżka o 15% podatku akcyzowego na mocne alkohole, która weszła w życie 1 stycznia 2014 r. doprowadziła do załamania produkcji wódki w Polsce. W całym 2014 r. wytworzono jej mniej aż o 24%. Pozostałe kategorie alkoholi odnotowały wzrosty produkcji.

Z danych GUS wynika, że na przestrzeni 12 miesięcy 2014 roku produkcja wódki zmniejszyła się w ujęciu ilościowym o 23,8%, przy jednoczesnym wzroście produkcji wina owocowego o 3,6% i piwa o 0,8%. Z kolei z „Raportu CMR Panel sklepów niezależnych” wynika, że w tym okresie zmieniały się również udziały wolumenowe czołowych producentów wódek w Polsce.

„Spodziewaliśmy się, że wysoka podwyżka akcyzy wpłynie negatywnie na produkcję naszego narodowego alkoholu, ale najnowsze dane GUS są dla nas zaskoczeniem. Szczególnie, że mieliśmy pozytywne sygnały dotyczące wzrostu eksportu. Tak rekordowy spadek produkcji, aż o 24% w całym roku, odbije się nie tylko na sytuacji producentów, ale całej branży spirytusowej. Dane GUS pokazują również, że napoje alkoholowe nie są komplementarne. Spadku produkcji wódek nie wyrównują wzrosty pozostałych trunków. Wygląda na to, że spełnił się czarny scenariusz i załamanie legalnej produkcji rekompensuje zwiększenie podaży ze strony szarej strefy” – komentuje **Leszek Wiwała, Prezes Związku Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy**. (TP)



**Monzer Elabrashy**  
– Dyrektor  
Generalny CEDC  
International

„W minionym roku sprzedaż wódki w Polsce

spadła o ponad 4% w porównaniu do roku 2013. Spadki dotknęły niemal wszystkich producentów – CEDC jest jedynym kluczowym graczem, który uzyskał 17% wzrostu na kurczącym się rynku.

Kluczem do sukcesu wydaje się mocna pozycja w placówkach handlu tradycyjnego, które nadal są wiodącą siłą na rynku wódki. Jeszcze kilkanaście miesięcy temu, mieliśmy w tym kanale sprzedaży ponad dwukrotnie mniejsze udziały niż lider. Obecnie, według danych CMR z początku tego roku, dzielą nas zaledwie niespełna dwa punkty procentowe. Za tym osiągnięciem stoi ogromny wysiłek włożony w poprawę naszej oferty do detalistów, zarówno jeśli chodzi o asortyment, jak też jego ekspozycję, materiały promocyjne, lodówki oraz jakość pracy naszych handlowców. Cały czas przykładamy ogromną wagę do kluczowych kategorii: małych opakowań, jak również alkoholi smakowych.

Uważam, że w dobie kryzysu na rynku poradzą sobie marki o ugruntowanej sile, jak np. nasza Żubrówka Biała, która w roku spadków zdobyła pozycję lidera w segmencie czystych wódek w Polsce czy Sopolica, bijąca w 2014 kolejne rekordy rynkowe.”



**Andrzej Szumowski**  
– Prezes  
Stowarzyszenia  
Polska Wódka

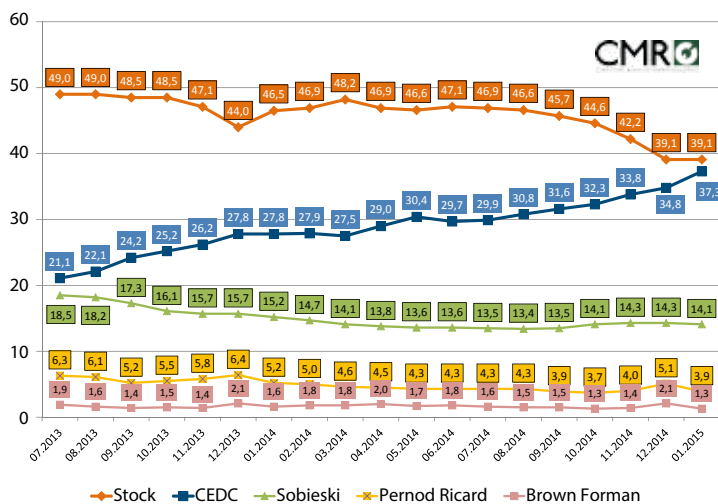
„Na ostateczne podsumowanie skutków akcyzy wprowadzonej w styczniu 2014 r. musimy jeszcze poczekać kilka miesięcy. Niemniej jednak już wiemy, że podwyżka podatku akcyzowego zaważyła na pogorszeniu rentowności branży spirytusowej. Z ostatnich danych GUS wynika, że 2014 r. wyprodukowano 23,8% wódki czystej mniej. To prawie ¼ produkcji. Już wiemy, że założenia Ministerstwa Finansów o wpływie do kasy państwa 780 mln zł nie spełnią się. Natomiast niezaprzeczalnym skutkiem podwyższonej akcyzy jest zmniejszona sprzedaż w tradycyjnych sklepach spożywczych i małych specjalistycznych sklepach oraz częściowa ucieczka konsumentów w stronę szarej strefy. Trzeba pamiętać, że mocny alkohol często stanowi 10% całościowych obrotów sklepu spożywczego. W tej trudnej sytuacji najlepiej poradziły sobie dyskonty.

Podwyżka akcyzy spowodowała, że cena półlitrowej butelki wódki wzrosła średnio o 2 zł, co dla wrażliwego na cenę konsumenta stało się powodem do poszukiwania innych źródeł zaopatrzenia. Zdajemy sobie sprawę ze wzrostu przemytu i rozwoju produkcji nielegalnego alkoholu. Branża mówi o blisko 15% udziale szarej strefy w krajowym rynku. Na pewno także pogorszenie się kondycji producentów wódek nie sprzyja rozwojowi eksportu. Na zaistnienie na zagranicznych rynkach potrzebne są ogromne środki finansowe, a tych branża po prostu nie ma.

A jak wyglądają wybory naszych konsumentów? Otóż poszukiwane są coraz częściej wódki premium, wysokiej jakości. Jest to trend, który będzie się rozwijał i wpływał znacząco na rynek napojów spirytusowych w Polsce. Niemniej jednak polski rynek jest nadal rynkiem bardzo wrażliwym na cenę. Dla konsumenta liczą się atrakcyjne oferty i promocje. I w najbliższym czasie te zachowania konsumenckie się nie zmienią.

Podsumowując, lata 2013 i 2014 były niezwykle trudne i rozchwiane poprzez działania podatkowe Ministerstwa Finansów. Prawdziwą sytuację branży poznamy dopiero w 2015 r., który miejmy nadzieję przyniesie pewną stabilizację i pozwoli branży na głęboki oddech.”

**Czołowi producenci wódek – udziały wolumenowe w sprzedaży (%), rynek tradycyjny wg CMR\***



\*CMR Panel sklepów niezależnych i z sztydami miękkiej franczyzy.

## Gotowi do świąt?

Wielkanoc to szczególny okres dla polskiego handlu. W sklepach zwiększa się przedświąteczny ruch. Lista wielkanocnych zakupów jest niezmienna od lat. Króluje biała kiełbasa, jajka, wędliny i słodkości.

Przygotowania do Wielkanocy w polskich sklepach rozpoczynają się na około miesiąc przed świętami. Kiedy znikają bożonarodzeniowe ozdoby i walentynkowe serduszka w placówkach handlowych pojawiają się zajączki, kurczaczki i pisanki. Wiosenny wystrój umila zakupy i przyciąga klientów. Ale jak zgodnie przyznają kupcy – najpierw porządki, potem ozdabianie. Odpowiednia ekspozycja pełni także rolę marketingową. Oczywiście na pierwszym miejscu listy najważniejszych zadań każdego detalisty jest zatowarowanie sklepu artykułami, których rotacja wzrasta w okresie przedświątecznym. Są to przede wszystkim produkty do pieczenia ciast; wyroby czekoladowe, głównie bomboniere i okazjonalne wielkanocne słodczyce;

reklama



### Egzotyczne sosy z przyprawą do mięsa!



zdaniem **PRODUCENTA**



#### Urszula Czerniawska

Assistant Brand Manager Milka  
Mondelez Polska

W okresie świąt Wielkiej Nocy obserwujemy zwiększone zainteresowanie konsumentów produktami czekoladowymi – szczególnie tymi z edycji limitowanych lub w okazjonalnych opakowaniach.

Konsumenty chętnie sięgają po większe tabliczki oraz praliny, ale niekwestionowanymi hitami są czekoladowe jajka i zajączki, które wielu rodziców wręcza jako drobny upominek „Od Zająca”. Aby odpowiedzieć na to zapotrzebowanie, w tym roku Milka przygotowała wyjątkową tabliczkę 100 g – „skoczną” czekoladę Milka Happy Easter! To niezwykle delikatna, mleczna czekolada z alpejskiego mleka, pełna wielkanocnych zajączków z białej czekolady. W każdym opakowaniu znajdziemy dokładnie tyle zajączków ile kostek ma czekolada. To idealny pomysł na świąteczny upominek dla bliskich. Dlatego warto wyeksponować go w sklepie, aby był widoczny i łatwy do znalezienia na półce.

### Z OFERTY PRODUCENTA

#### MONDELEZ POLSKA

Milka Toffees 36 i 72 g



Milka Sandiwch  
LU/TUC 35 g i 87 g

Milka Oreo 300 g



# Milka



Edycja  
Limitowana  
na wiosnę



Śmiało, bądźmy delikatni.





przyprawy suche i mokre, w tym majonez, ćwikła, chrzan; barszcze i żurki; wędliny i wyroby mięsne; warzywa w puszkach i słoikach, no i oczywiście jajka.

## Prognozy świąteczne

Większość konsumentów na tegoroczne święta chce wydać tyle samo, co w roku ubiegłym. W 2014 roku Polacy wcześniej rozpoczęli przygotowania do świąt Wielkanocnych, by rozłożyć wydatki w czasie. Jak wynika z badań Payback Opinion Poll\*, taką

reklama

strategię przyjęło aż 70% respondentów. 75% Polaków deklaruowało, że zakupy wielkanocne sfinansuje z bieżącego budżetu domowego. Jednocześnie można zauważyć wzrost kwot przeznaczonych na żywność. Z badania wynika, że na spożywcze zakupy świąteczne najczęściej wydajemy od 200 do 500 złotych.

Okres świąt to dla konsumentów przede wszystkim czas dla rodziny. Mniejsze znaczenie ma dla nas tradycja oraz aspekt religijny. Najczęściej potrawy przygotowujemy sami, a świąteczne dni spędzamy w gronie większym niż 5 osób.

## Egzotyczne sosy z przyprawą do mięsa!



NOWOŚĆ

**LOWICZ** Samo najlepsze

## Dużo słodczy

W połowie 2014 roku wartość rynku słodczy czekoladowych według Euromonitora wynosiła około 6,4 mld zł. W kolejnych latach rynek będzie sukcesywnie rosnąć – na 2015 rok prognozuje się 6,8 mld zł. Do roku 2018 przewiduje się średni roczny wzrost na poziomie 3%. W następnych latach najszybciej rozwijającą się kategorią powinny być bombonierki. Na wzrost rynku duży wpływ mają działania producentów, którzy wprowadzają do swoich ofert coraz więcej nowości.

Słodka Wielkanoc to oprócz domowych wypieków – przede wszystkim czekolada. Wyroby czekoladowe w okresach świątecznych odnotowują znaczące wzrosty. Sezonowe produkty związane z Wielkanocą to nie tylko czekoladowe zajączki, baranki czy pisanki. To także czekolady, bombonierez zarówno z wielkanocnym, wiosennym designem, ale również w wersjach klasycznych.

\*Badanie zostało przeprowadzone na uczestnikach programu Payback metodą ankiet online na grupie 316 osób. Dobrana próba użytkowników w wieku 18-65 odpowiadała strukturze demograficznej kraju.

## Z OFERTY PRODUCENTA

### WAWEL

Czekolada Malaga



Bombonierka Tiki Taki



Michalki Białe

### VOBRO

Frutti di Mare



### I.D.C. POLONIA

Bombonierka Gradimento



### TERRAVITA

Czekolada mleczna z drażetkami

# Wawel®

Czas radości,  
czas słodkości!

Przygotuj się na wiosenny  
wzrost zysków

Wiosenna oferta od Wawelu już dziś  
na Twojej półce.



PEŁNA OFERTA NA STRONIE: [wawel.com.pl](http://wawel.com.pl)

Słodki Wawel

## Z OFERTY PRODUCENTA



**STORCK**  
Merci Zajączek  
Wielkanocny

Toffifee



## DROŻDŻOWE WIĘŃCE

**Składniki :** 300 g mąki pszennej, 1 łyżka drożdży instant, 2 łyżki cukru, 2 jajka, 175 g miękkiego masła, 150 g bakalii, 1/2 szklanki soku pomarańczowego, 1 łyżeczka Cukru z prawdziwą wanilią i nutą kardamonu Kamis, szczypta soli.

**Przepis:** Przesianą mąkę wymieszaj z drożdżami. Dodaj cukier, sól, cukier z prawdziwą wanilią i nutą kardamonu Kamis. Wyrabiaj, stopniowo dodając masło. Otrzymane ciasto będzie klejące i dość rzadkie. Naczynie przykryj ściereczką i odstaw w ciepłe miejsce do wyrośnięcia. Gdy podwoi swoją objętość, wstaw do lodówki na noc. Bakalie namocz w soku pomarańczowym, odsącz i pokrój. Następnego dnia ciasto wyrób z bakaliami, podsypując stolnicę mąką i podziel na 4 porcje. Z każdej uformuj prostokąt o wymiarach 25x6 cm. Natnij go wzdłuż na 3 paski szer. 2 cm, zapleć w warkocz i sklej końce. Powstałe wieńce przełóż na blachę wyłożoną papierem do pieczenia i odstaw do wyrośnięcia. Wyrośnięte wieńce posmaruj żółtkiem i wstaw do piekarnika nagrzanego do 190 °C. Piecz ok. 15 minut, aż nabiorą złotego koloru.



**McCormick**

reklama

## Egzotyczne sosy z przyprawą do mięsa!



**NO  
WO  
ŚĆ**

**LOWICZ** Samo najlepsze

Według danych Millward Brown spożywanie czekolady w tabliczkach deklaruje prawie 79% Polaków. Wśród najczęściej wymienianych marek są: Wedel, Milka, Alpen Gold i Wawel. Na dalszych pozycjach uplasowały się: Goplana, Nussbeisser, Terravita, Nestlé i inne. Jeżeli chodzi o wyroby czekoladowe pakowane, jak na przykład bombonierki – spożywanie ich najczęściej związane jest z konkretną okazją. W badaniu Millward Brown wśród czekoladowych wyrobów

pakowanych (bombonierki, mieszanki) respondenci wymieniają na pierwszym miejscu Ptasie mleczko – Wedel, a także Mieszanekę Wedlowską, Raffaello, Merci, Toffifee, Mieszanekę Krakowską – Wawel, Alpejskie Mleczko – Milka, Michałki Zamkowe – Wawel, Michałki z Hanki, Kinder Niespodziankę, Michaszki – Mieszko, Tiki Taki – Wawel, Śliwki w czekoladzie – Goplana, Śliwkę Nałęczowską – Solidarność, Ferrero Rocher i inne.

## Z OFERTY PRODUCENTA

### COLIAN

Wiosenne galaretki w czekoladzie Solidarność



Czekolada mleczna Goplana



### LOTTE WEDEL

Czeko pisanki truskawkowe

Czekolada mleczna truskawkowa



**Z OFERTY PRODUCENTA****VOG  
POLSKA**Kresto Rodzynki  
JumboBackMit  
Migdały tarte**HARIBO**Jajeczka  
Wielkanocne**ZT BIELMAR**

Margaryna Palma z Murzynkiem

**FOODCARE**Gellwe sernik  
na zimno**DR. OETKER**

Pisaki cukrowe

**Adam Dypczyński**Key Account Manager  
VOG Polska

Na sklepowych półkach w okresie świątecznym nie powinno zabraknąć szerokiej oferty asortymentowej firmy VOG. Bogaty wybór bakalii, orzechów, ziaren, dodatków do ciast i owoców w puszkach, nieustannie spotyka się z uznaniem i docenieniem wśród konsumentów. Doskonałą decyzją podczas świątecznych zakupów jest wybór marek Kresto i BackMit. Połączenie najwyższej jakości, starannej selekcji surowców oraz gwarancji pochodzenia jest niewątpliwie czynnikiem wyróżniającym firmę na tle konkurencji. Linia Kresto to bogaty wybór najwyższej jakości bakalii, suszonych owoców, orzechów oraz dodatków do ciast stanowiących podstawę świątecznych wypieków i przygotowywanych potraw. Popularne w polskiej kuchni rodzynki, wiórki kokosowe, żurawina, migdały i orzechy będą stanowiły główny składnik wypieków, suszone śliwki i morele, to doskonały dodatek do pieczenia, a ziarna słonecznika i czy pestki dyni to idealne uzupełnienie lekkostrawnych sałatek i zdrowa przekąska. W okresie wielkanocnym niezastąpione są także produkty linii BackMit – świeżo mielone i tarte, najwyższej jakości, gotowe do użycia migdały, orzechy włoskie i laskowe oraz mak mielony, będący doskonałą i zdrową alternatywą dla tradycyjnych mas makowych.

reklama

**Tylko  
NAJWYŻSZEJ JAKOŚCI!  
Bez dodatków!  
Gotowe do użycia!**

**SNACKI  
BAKALIE  
OWOCE  
SUSZONE**

**KRESTO**  
*Jakość, którą widać!*

od **PRODUCENTA**

## Agros-Nova

Krakus: tradycyjne przysmaki na Wielkanoc

Jeśli z kuchni dochodzą smakowite zapachy – to z pewnością znak, że produkty marki Krakus przywołują właśnie dawną magię świąt! Wystarczy odrobina kulinarnej fantazji, aby odświeżyć wielkanocną klasykę. Dlatego to, co w święta lubimy i cenimy najbardziej, czyli żurek, barszcz i jajka, warto dodatkowo okrasić chrzanem Krakus lub urozmaicić odrobiną warzyw konserwowych marki Krakus. Znikną z wielkanocnych stołów równie szybko, co tradycyjny żurek z białą kielbaską lub nadszawiane pysznościami wielkanocne jaja okraszone chrzanem Krakus.

W okresie przedświątecznym Polacy sięgają częściej również po produkty do pieczenia ciast. Z danych CMR wynika, że nieodłącznym elementem zakupów jest cukier, mąka oraz dodatki do ciast takie jak: proszek do pieczenia, cukier waniliowy, czy aromaty do ciast, gdzie klienci najchętniej sięgają po markę Delecta oraz Dr. Oetker. W kategorii tłuszczu konsumenci mogą wybierać spośród ok. 10 wariantów margaryn oraz 4 różnych wariantów oleju. Najczęściej kupowane produkty z tej kategorii to Olej Kujawski 1 000 ml, mar-

garyna Kasia 250 g oraz margaryna Palma do smażenia i pieczenia 250 g. Wśród najlepiej sprzedających się produktów w tym okresie jest również Karpatka oraz Sernik Błyskawiczny od Delecty – informuje CMR.

Wysoką sprzedaż zagwarantowaną mają przed świętami również bakalie i masy do ciast. Konsumenci raczej nie zrezygnują z zakupu migdałów, orzechów czy najpopularniejszej w okresie wielkanocnym masy kajmakowej. Mazurek to przecież podstawa wielkanocnych wypieków.

reklama

## Egzotyczne sosy z przyprawą do mięsa!



## PODPowiedź

Na okres świąteczny strefę impulsową można zagospodarować eksponując na dodatkowych standach z wiosennym designem – produkty takie jak zupy, buliony, a nawet przyprawy. W ten sposób można zachęcić klienta do zakupu produktów przydatnych w czasie świąt Wielkanocnych.

## Agnieszka Ramięga

Szef Marketingu Operacyjnego  
Bonduelle Polska

Nadchodzące święta Wielkanocne to gorący okres dla producentów warzyw przetworzonych, szczególnie groszku. I to nie tylko ze względu na tradycyjną sałatkę jarzynową. Groszek zaczyna królować także w innych przepisach na potrawy wielkanocne, takich jak galaretki, pasztety, zupy czy zielone sałatki. Miękki i delikatny w smaku groszek Bonduelle uprawiany jest w Polsce na Kujawach. Jego wysoka jakość jest efektem wysoko rozwiniętej infrastruktury agrarnej oraz szczegółowych kontroli na każdym etapie produkcji. Droga warzywa z pola do puszki trwa jedynie 4 godziny. Groszek Bonduelle zajmuje 1 miejsce w sprzedaży zarówno ilościowej, jak i wartościowej w segmencie groszku, warto dodać iż marka uzyskała po raz kolejny tytuł SUPERBRAND 2014/15. Tylko Bonduelle posiada tak bogatą ofertę produktową. Oprócz tradycyjnego groszku (3 rozmiary puszek), w portfolio znajduje się Groszek Ekstradrobny (425 ml oraz 212 ml), Groszek BIO, Groszek „Gotowany na Parze” (425 ml oraz 212 ml) innowacja na rynku, groszek Bonduelleki (produkt dla dzieci) oraz Groszek mrożony „Już Przygotowany na Parze” (gotowy w 3 minuty). Warto umieścić groszek na dodatkowej ekspozycji, np. koło majonezu, aby zwiększyć jego rotację, a na dodatkowe zainteresowanie kupujących wpływa reklama!

## Z OFERTY PRODUCENTA

### AGROS-NOVA

Krakus Żurek  
Koncentrat



Krakus Żurek



### NESTLÉ POLSKA

Majonez  
dekoracyjny  
Winiary

### BONDUELLE POLSKA

Zielony groszek  
„Gotowany na Parze”



zdaniem **PRODUCENTA**



Warto wcześniej skomponować wielkanocną listę zakupów.



### Z OFERTY PRODUCENTA

**UNILEVER  
POLSKA**

Kasia



Kasia Ekstra  
Maślany Smak

**HELIO**

Masa krówkowa  
kajmak



reklama

**Upiecz  
bliskim radość!**



**Babeczki wielkanocne**

**Kasia**

Przepis na  
10-12 szt. babeczek

**Składniki na babeczki:**

- 110 g mąki pszennej
- 110 g Kasia EXTRA maślany smak
- 80 g drobnego cukru
- 2 jaja
- 1 łyżeczka proszku do pieczenia
- 1 łyżeczka ekstraktu waniliowego

**Składniki na krem:**

- 150 g Kasia EXTRA maślany smak
  - 100 g cukru pudru
  - 40 g białej czekolady
  - 2 łyżki soku z cytryny
- Dekoracja:** kolorowe jajka czekoladowe

**Przygotowanie:**

1. Utrzyj Kasię z cukrem, aż masa będzie lekka i puszysta. Cały czas mieszając dodawaj pojedynczo jajka.
2. Dodaj mąkę wymieszaną z proszkiem do pieczenia, ekstrakt waniliowy i dokładnie wymieszaj.
3. Ciasto nakładaj do ¾ wysokości papierowych lub silikonowych papilotek. Jeśli masz, użyj formy do muffinów. Piecz około 20 minut w 180° C. Wyjmij babeczki i zostaw do ostygnięcia.
4. Rozpuść białą czekoladę w kąpielii wodnej.

**Krem:**

5. Mikserem ubij Kasię, cukier puder oraz sok z cytryny. Pod koniec dodaj roztopioną białą czekoladę. Miksuj do połączenia składników.
6. Udekoruj babeczki kremem oraz czekoladowymi jajkami. Krem można nakładać przy pomocy szprycy lub rękawa cukierniczego z końcówką zakończoną gwiazdką.

MojeCiasto.pl



zdaniem **PRODUCENTA**

## Anna Kordyl

Dyrektor Marketingu  
McCormick Polska

W czasie świąt Wielkanocnych rządzi kuchnia tradycyjna – na stołach królują dania mięsne, w postaci wędlin, pieczonego schabu lub drobiu, domowej

roboty sałatki i jajka, bez których Wielkanoc nie byłaby Wielkanocą! Proste lecz pełne smaku, aromatycznych ziół i przypraw. To właśnie przyprawy czynią potrawy tak niezwykłymi. W ofercie Kamis mamy specjalnie dedykowane kompozycje przypraw do dań, takich jak żurek, bigos, flaki, które wydobywają z potraw najlepsze walory smakowe. Wielkanoc nie obejdzie się też bez deserów. Królują mazurki (kajmakowe, czekoladowe, pomarańczowe), których smak świetnie uzupełni cukier z prawdziwą wanilią. Tradycyjnie nie może zabraknąć także szarlotki czy sernika, do których świetnie pasują kompozycje przypraw z serii Kamis „Domowe Wypieki”.



zdaniem **PRODUCENTA**

## Zbigniew Mojecki

Zastępca Prezesa ds. Handlowych  
WSP Spółem

Zwolennicy tradycyjnych potraw nie wyobrażają sobie wielkanocnej uczty bez jaj, sałatek, pieczonych mięs, a także... smacznych dodatków, tj.

majonez czy chrzan. Dlatego, jako firma specjalizująca się w produkcji przypraw mokrych, czujemy się zobowiązani do utrzymywania najwyższej jakości oferowanych produktów oraz dbania o ich obecność na sklepowych półkach. Konsumenci od wielu lat chętnie sięgają po nasze flagowe wyroby takie jak: Majonez Kielecki, Musztarda Kielecka delikatesowa stołowa oraz Chrzan Luksusowy. Ponadto, dużym powodzeniem, szczególnie w okresie przedświątecznym, cieszą się białe Sosy Kieleckie (tatarski, czosnkowy i chrzanowy), które świetnie komponują się z wielkanocnymi rarytasami, dodając im wyjątkowego smaku i aromatu.

## Dodatki kulinarne

Wśród produktów spożywczych, w okresie przed Wielkanocą, zwiększoną popularnością cieszą się te, potrzebne do przygotowywania potraw świątecznych. Majonez, warzywa w puszkach, przyprawy, chrzan, barszcz czy żurek – to asortyment obowiązkowy.

W segmencie przypraw niezastąpione są zarówno jednorodne, jak i mieszanki. Wśród mieszanek w żadnym sklepie nie może zabraknąć tych do pieczonych mięs, żurku czy białego barszczu. Wśród pojedynczych prym wiodą podstawowe, jak majeranek, czosnek czy pieprz.

reklama

## Egzotyczne sosy z przyprawą do mięsa!



## Z OFERTY PRODUCENTA

### MCCORMICK

Kamis cukier waniliowy



Kamis przyprawa do szarlotki



Kamis przyprawa do żurku i barszczu białego



### WSP SPOŁEM

Chrzan Luksusowy



Majonez Kielecki





Świętokrzyskie

# Zyskaj z Majonezem Kieleckim

Zamów już dzisiaj  
opakowanie  
promocyjne!



**SILNE WSPARCIE MARKETINGOWE:**



TV



INTERNET



OUTDOOR



POS



PR



PRASA

## Z OFERTY PRODUCENTA

### ZPS JAMAR SZCZEPANIAK

Żurek



Ćwikła z chrzanem



Kukurydza



### ZPS JAMAR Szczepaniak



### MAZUREK Z MARMOLADĄ I ORZECHAMI

**Składniki:** Ciasto kruche, 250 g mąki pszennej, 100 g cukru pudru, 150 g margaryny, 1 żółtko, marmolada Jamar, 6 szt. orzechów włoskich, 1 jajko do smarowania.

**Sposób przygotowania:** Składniki na ciasto wkładamy do miski i szybko zagniatamy. Zawijamy w folię aluminiową i chłodzimy 40 min. w lodówce. Następnie wyciągamy i wałkujemy na prostokąt z 2/3 całości. Układamy w prostokątnej blaszce, a z reszty ciasta kształtujemy waleczki. Układamy je wzdłuż i w poprzek ciasta tworząc kratkę. Smarujemy całą powierzchnię rozmąconym jajkiem. Wstawiamy do piekarnika nagrzanego do 200 °C i pieczemy 15 minut. Po upływie tego czasu wyjmujemy z piekarnika i smarujemy w kratkach marmoladą Jamar. Układamy połówki orzechów włoskich i znów wstawiamy do piekarnika na 15 min. Smacznego! Jamar poleca specjalnie na Wielkanoc Marmoladę wieloowocową, starannie przygotowaną z różnych gatunków popularnych, smacznych polskich owoców: jabłek, porzeczek i śliwek. Dzięki temu jej pyszna, wieloowocowa receptura i twarda konsystencja świetnie nadaje się do świątecznych mazurków, rogalików, pączków, ciast, dając gwarancję, iż podczas pieczenia nie wypłynie za zewnątrz. 100 g marmolady sporządza się ze 110 g owoców

reklama

## Egzotyczne sosy z przyprawą do mięsa!



NO  
WO  
ŚĆ

LOWICZ Samo najlepsze

Kategorie ziół i przypraw oraz mieszanek przyprawowych od kilku lat są w tendencji wzrostowej, czasami zioła rosną szybciej, mieszanki trochę wolniej. Wzrost dotyczy zarówno produktów markowych, jak i marki własnej. Jeżeli chodzi o ulubione świąteczne dodatki kulinarne – niezastąpiony

pod każdym względem w Wielkanoc jest majonez. Jego sprzedaż i dostępność na półce, podobnie jak i musztarda, ćwikła czy chrzan – często uzależniona jest od regionu. W tych kategoriach zarówno detalistów, jak i konsumentów charakteryzuje patriotyzm lokalny.

### zdaniem PRODUCENTA



### Joanna Mizera

Marketing Manager  
ZPS „JAMAR” Szczepaniak

Przygotowując się do świąt Wielkanocnych, chętnie sięgamy po produkty uniwersalne, które posłużą do przygotowania wielu propozycji kulinarnych. Na ich bazie tworzymy dania główne, sałatki i przystawki. Firma Jamar posiada w swoim produktowym portfolio wiele artykułów, które doskonale się do tego nadają. Mieszanka marchew-groszek to specjalnie skomponowany duet gotowy do sporządzenia sałatki lub jako warzywny dodatek do obiadu. Kukurydza w puszcze to znakomita baza do wszelkiego rodzaju sałatek warzywnych, surówek. Ćwikła z chrzanem, to idealne połączenie łagodnych, słodkich buraków z intensywnym, ostrym smakiem tartego korzenia chrzanu. Warzywa te perfekcyjnie łączą aromatyczne przyprawy, dzięki czemu świetnie uzupełniają smak świątecznych wędlin, jajek, kielbas. Kolejną propozycją jest żurek, starannie sporządzony zakwas z mąki żytniej i pszennej, który został poddany naturalnej fermentacji. Wystarczy przygotować wywar na boczku lub białej kiełbasie, wlać żurek wymieszany ze śmietaną, doprawić przyprawami i cieszyć się smakiem pysznej zupy. Z kolei miód sztuczny w sam raz uzupełnia smak mazurków, podobnie jak marmolada wieloowocowa, której twarda konsystencja nadaje się do pączków i ciast, dając gwarancję, iż podczas pieczenia nie wypłynie na zewnątrz.



Zdrowo z natury!



Smacznego Świąt Wielkanocnych życzy Jamar!



## Pinguin Foods Polska

### DORSZ W SOSIE TYMIANKOWO-CYTRYNOWYM Z CHRUPIĄCYMI FASOLKAMI

*Lekkie danie gotowane na parze.*

**Składniki:** 1 opakowanie fit mixu fasolowego d'aucy, 300 g fileta z dorsza, kieliszek wytrawnego białego wina, 200 ml śmietany 36%, 1 łyżka białego octu winnego, 1 łyżka świeżo posiekanego tymianku, 2 łyżeczki soku z cytryny i łyżeczka świeżo startej skórki, 100 g zimnego masła, sól i pieprz.

**Sposób przygotowania:** Rybę umyj, osusz, posyp solą i pieprzem. Tak przygotowaną włóż na pierwszy poziom naczynia do gotowania na parze. Po 15 minutach dostaw drugi poziom i umieść na nim fit mix fasolowy d'aucy. Gotuj całość przez 10 minut. W tym czasie przygotuj prosty sos: do rondelka wlej wino, śmietanę, ocet i gotuj na małym ogniu do czasu, aż płyn zredukuje się o połowę. Ciągłe mieszając trzepaczką, powoli dodawaj masło, mieszaj bardzo dokładnie. Lekko przestudzony sos dopraw do smaku sokiem i skórką z cytryny, tymiankiem, solą oraz pieprzem.

Rynek majonezów jest rynkiem stabilnym, Polacy gustują w tradycyjnych wariantach, ale na potrzeby zmieniających się nawyków żywieniowych – producenci oferują również

reklama

## Egzotyczne sosy z przyprawą do mięsa!



NOWOŚĆ

**LOWICZ** Samo najlepsze

wersje light czy o smaku czosnku, do sałatek, do kanapek – w różnych opakowaniach i pojemnościach.

Tradycja każe na wielkanocnym stole stawiać wazę z żurkiem lub barszczem białym, w zależności od upodobań kulinarnych oraz regionu, w którym świętujemy. Barszcz biały podaje się zazwyczaj w centralnej i wschodniej Polsce, a żurek – w południowej i zachodniej. Jednak mało kto wie, że dawniej żur spożywano głównie w wersji postnej w okresie poprzedzającym Wielkanoc. Natomiast wyjątkowo na Wielkanocną Niedzielę przygotowywano jego znacznie bogatszą wersję – na wędzonce, z ziemniakami lub świeżym chlebem i poświęconymi dzień wcześniej jajami.

## Z OFERTY PRODUCENTA

### UNILEVER POLSKA

Knorr Delikat przyprawa w płynie



Knorr Przyprawa do mięs



Rama Culinesse



### „MOSSO” KWAŚNIEWSKY

Majonez Napoleoński



z dniem **PRODUCENTA**

### Tomasz Kwaśniewski

Manager marki Mosso „MOSSO” Kwaśniewsky

W okresie przedświątecznym zdecydowanie zwiększa się popyt na przyprawy mokre. Z danych marki Mosso wynika, że ponad 90% Polaków nie wyobraża sobie Wielkanocy bez majonezu. Konsumenci chętnie wracają do tradycyjnych, polskich smaków. Dlatego Majonez Napoleoński marki Mosso to jeden z najchętniej wybieranych wówczas produktów. Oprócz niego popularnością cieszą się także Chrzan Delikatesowy oraz Musztarda Czeska. Dołożymy wszelkich starań, aby nasze produkty były dostępne zarówno we wszystkich ogólnopolskich sieciach handlowych, delikatesach, ale także w lokalnych sklepach spożywczych. Po raz pierwszy od 1985 roku startujemy z kampanią telewizyjną, którą będą wspierać także reklamy w prasie, internecie oraz PR. Mamy nadzieję, że produkty marki Mosso zagospodzą na Państwa półkach sklepowych i rodzinnych stołach. Już życzymy smacznych świąt!



**pierwsza  
kampania TV**

**MAJONEZU NAPOLEOŃSKIEGO  
Już teraz uzupełnij asortyment.**

**wsparcie  
marketingowe**



telewizja



internet



PR



prasa

## Z OFERTY PRODUCENTA

### NESTLÉ POLSKA

Ziarenka smaku  
Winiary



### DAWTONA

Salatka  
jarzynowa



**Anna Kowalewska,**  
kierownik  
Sklep spożywczo-  
-przemysłowy  
ul. Łokietka 17, Kutno

reklama

## Egzotyczne sosy z przyprawą do mięsa!



**LOWICZ** Samo najlepsze

**N  
O  
W  
O  
Ś  
Ć**

Właśnie w takiej postaci utrwalił się w naszej polskiej, wielkanocnej tradycji.

### Wyroby mięsne

Do wielkanocnych świąt jedni przygotowują własne pieczone mięsa w domu – schab, indyk, faszerowany kurczak czy pasztet. Jednak duża liczba Polaków nie ma czasu ani umiejętności kulinarnych, dlatego też zaopatruje się w wędliny i przetwory mięsne w ulubionych sklepach. Wówczas Polacy szukają sprawdzonych, zaufanych produktów najlepszej jakości. Wiele zmieniło się także w codziennych obyczajach zakupowych Polaków.

Od kilku lat obserwuje się wzrost świadomości konsumentów wędlin. Skutkiem tego są zmiany w trendach zakupowych polskiego klienta, które spowodowane są licznymi akcjami promującymi zdrowy tryb życia i zmianę nawyków żywieniowych.

Spożywanie wędlin nie tylko od święta deklaruje prawie 98% polskich gospodarstw domowych w Polsce – wynika z danych Millward Brown. Najwięcej jemy szynki, kielbasy i wędliny drobiowej. Dalsze pozycje zajmują pasztet, boczek czy mielonka.

### Klienci robią zakupy na ostatnią chwilę

Zatowarowanie sklepu w Kutnie pod kątem Wielkanocy odbywa się zwykle około 3 tygodnie przed świętami. Jak przyznaje Anna Kowalewska, kierownik sklepu, nie ma sensu robić tego wcześniej, ponieważ zakupy świąteczne klienci robią na ostatnią chwilę. Dlaczego? „Nasz sklep mają pod ręką i nie widzą sensu, aby wcześniej robić zapasy” – dodaje pani Anna.

Jeżeli chodzi o najlepiej rotujące produkty, to są nimi z pewnością majonez, chrzan, ćwikła. „Wśród marek w tej kategorii wymienić należy przede wszystkim Motyl, Urbanek i Kętrzyn. Jeżeli chodzi o warzywa w puszkach, które dodajemy do sałatek – prym wiedzie marka Kwizdyń. Na półkach nie brakuje także marek, takich jak Winiary czy Bonduelle” – mówi kierownik sklepu w Kutnie.

Wśród produktów do pieczenia klienci kupują najczęściej cukier waniliowy, proszek do pieczenia, kwas cytrynowy, aromaty, budyń, masy krówkowe i mako-we oraz bakalie. „No i podstawa każdego



# OCTIM

[www.octim.com.pl](http://www.octim.com.pl)



Wesołych Świąt



ciasta czyli jajka, mleko, mąka i margaryna do pieczenia” – dodaje detalistka. Wśród dodatków do ciast w sklepie w Kutnie prym wiedzie marka Delecta, jeżeli chodzi o masy makowe czy krówkowe – Bakal-land, ulubione bakalie to Kresto, a jeżeli chodzi o margarynę do pieczenia króluje Palma oraz Kasia. „Na święta niektóre ciasta piecze się samodzielnie, dlatego

reklama

## Egzotyczne sosy z przyprawą do mięsa!



NOWOŚĆ

**LOWICZ** Samo najlepsze

też na półkach musi być pod dostatkiem wszystkich podstawowych i dodatkowych składników. Oprócz tego na życzenie klientów zamawiamy także gotowe ciasta na wagę z cukierni. Tak naprawdę one cieszą się dużym powodzeniem na co dzień i od święta” – mówi pani Kowalewska.

Oczywiście wśród słodkości nie należy zapomnieć również o słodyczach, głównie czekoladowych. „Najchętniej kupowane są bombonierki – Wedel, Wawel, Solidarność, Baron oraz Raffaello i Ferrero Rocher, a także Mercy. Takie marki mamy w sklepie na co dzień, w okresie świątecznym udostępniamy je także dodatkowo w okazjonalnych opakowaniach” – dodaje kierownik sklepu w Kutnie. Zaopatrując sklep pod kątem świąt nie należy zapomnieć o białej kielbasie – jednym z ważniejszych składników żurku czy białego barszczu oraz jak przyznaje pani Anna – smacznych wędlinach, przede wszystkim szynkach oraz pasztetach.

## Z OFERTY PRODUCENTA

### CEDROB

Szynka szlachecka  
Gobarto



Szynka  
Wędzarsza Jana  
Gobarto



Schab ujazdowski  
Gobarto



zdaniem **PRODUCENTA**

### Joanna Bonisławska

Dział Promocji i Reklamy  
CEDROB

Świąteczne menu, także w okresie Wielkanocy, w większości polskich domów obfituje w wyroby mięsne. Szynki, kielbasy, schab i kabanosy są nieodłącznym elementem tradycyjnych rodzinnych posiłków. Szczególnie celebrowanym wówczas momentem jest śniadanie wielkanocne spożywane przy bogato zastawionym stole.

Na co warto zwrócić uwagę wybierając wędliny na tę okazję? Przede wszystkim na ich jakość oraz sprawdzony i unikatowy smak. Wśród szynek, które wyjątkowo kojarzą się z wielkanocnymi specjałami, polecamy nowości z oferty marki Gobarto: Szynkę Wędzarsza Jana, Szynkę szlachecką oraz Schab ujazdowski. Wszystkie propozycje sprawdzą się wyśmienicie w roli przystawki lub przekąski, w postaci roladek lub podane na półmisku wędlin. Doskonałe będą także jako składnik sałatek lub różnego rodzaju past. Inspiracje na potrawy wielkanocne czekają na stronie [www.cedrob.com.pl](http://www.cedrob.com.pl) i na [www.facebook.com/Gobarto](http://www.facebook.com/Gobarto).

# Gobarto

*Dzielmy się smakiem*

[www.gobarto.com.pl](http://www.gobarto.com.pl)



Intensywny aromat, wyjątkowy smak  
i niezwykła delikatność.  
Takie właśnie są wędliny Gobarto.  
Podziel się z najbliższymi tym, co najlepsze.



**Paweł Borowski,**  
właściciel  
Sklep spożywczo-  
-przemysłowy  
ul. Kaliska 40, Łowicz

reklama

## Egzotyczne sosy z przyprawą do mięsa!



## Polacy na święta wybierają lepsze produkty

„Prowadzę sklep w Łowiczu od 8 lat. I co roku do świąt Wielkanocnych przygotowuję się w podobny sposób. Około miesiąc przed,

zaczynam myśleć o zatowarowaniu półek. Czasami, kiedy znajdę wcześniej produkty znanych marek w dobrej cenie w hurtowni, kupuję je pod kątem świąt, ponieważ z doświadczenia wiem, że klienci w tym

zdaniem **PRODUCENTA**

### Jerzy Wasilewski

Wiceprezes Zarządu  
Madej Wróbel

Wielkanoc dla Polaków to przede wszystkim możliwość spotkania z rodziną oraz przyjaciółmi. Podobnie jak Boże Narodzenie, święta te oznaczają sporą ilość czasu spędzoną przy stole z najbliższymi. Mimo mody na gotowanie, dużej popularności programów kulinarnych i dostępności nowinek produktowych, święta to czas tradycyjnej kuchni polskiej. Wtedy do głosu dochodzi nasz patriotyzm i na stołach królują szynki, wędzonki, schaby. Wielkanoc nieodmiennie kojarzy się ze świątecznym koszykiem, dlatego w ofercie firmy Madej Wróbel znajdziemy „szyneczkę do koszyczka”, niezwykle popularną właśnie w okresie przedświątecznym oraz „Linie ze Spizarni”, w skład której, m.in. wchodzi szynka i wędzonka. Konsumenci poszukują smaków znanych od dzieciństwa, prostych, a zarazem autentycznych. Coraz większy nacisk kładziony jest na powstanie produktu, sposób produkcji, tradycję oraz prawdziwe historie ludzi, którzy ten produkt stworzyli. Świąteczny stół oznacza produkty znanych marek, które są wyrazem zaufania i jakości. Zdając sobie z tego sprawę, Madej Wróbel – poza uznanymi wędzonymi kielbasami – proponuje swoje słynne kielbasy, w tym idealną do żurku Kielbasę Białą z Szynki, Kielbasę Sołtysa oraz Ze Świniobicia. Nie może być wielkanocnego śniadania bez tych produktów. Coraz częściej klienci chętnie sięgają po kielbasy w tym czasie, zwłaszcza o bogatym smaku i aromacie. Jednym z takich produktów jest Kielbasa Kruca z Galaretką Madej Wróbel, nawiązująca właśnie do smaków dzieciństwa.

## Z OFERTY PRODUCENTA

### MADEJ WRÓBEL

Kielbasa Biała z Szynki



Szynka ze Spizarni

Kielbasa  
Krucho  
z Galaretką



## Madej Wróbel



### SAŁATKA PO NIEMIECKU Z GŁOGOWSKĄ Z SZYNKI MADEJ WRÓBEL

**Czas przygotowania 30 min, przepis na 2-4 osoby.**  
**Składniki:** 200 g Kielbasy Głogowskiej z szynki Madej Wróbel, 1 kg ziemniaków, 1 cebula, pęczek szczypiorku, 150-200 g majonezu, 4-5 ogórków kwaszonych, sól, pieprz.

**Sposób przygotowania:** Kielbasę pokroić w drobne paseczki. Ziemniaki ugotować w łupinkach, ostudzić, obrać i pokroić w dużą kostkę. Cebulę obrać i pokroić w drobną kostkę. Szczypiorek umyć i pociąć na długie nitki. Ogórki grubo pokroić. Wszystkie składniki wymieszać w misce dodając majonez i przyprawę.

reklama



## MADEJ WRÓBEL

RODZINNA TRADYCJA OD 1992

## Kielbasa biała z szynki

- ✓ Duże kawałki mięsa
- ✓ Wyjątkowy smak kielbasy białej

87%  
MIĘSA  
Z SZYNKI

PREMIUM QUALITY



Propozycja podania

www.madejwrobel.pl

*Z nami święta nabierają smaku.*



TELEWIZJA



RADIO



INTERNET



PRASA



DEGUSTACJE



MATERIAŁY POS



## Z OFERTY PRODUCENTA

### INDYKPOL

Paszтет wyborny Amado



**Lidia Adamas,**  
właścicielka  
Sklepu spożywczo-  
-przemysłowy  
ul. Armii Krajowej 43 b  
Łowicz

zdjęcia: Redakcja

czasie kupują lepsze niż na co dzień produkty. Towaruję wcześniej półki, żeby mieć lepszą cenę i nie robić zakupów na ostatnią chwilę. Klienci mogą sobie na to pozwolić i zazwyczaj przychodzą na zakupy około 3 dni przed Wielkanocą” – mówi Paweł Borowski, właściciel sklepu w Łowiczu.

Wśród najlepiej rotujących świątecznych produktów pan Paweł wymienia kukurydzę, groszek i czerwoną fasolkę w puszcze, majonez, ćwikłę, chrzan oraz produkty do pieczenia ciast, a także wędliny, a wśród nich szynkę, paszтет czy pieczony schab.

„W każdej kategorii mam do wyboru 2-3, czasem 4 marki – najtańszą – zazwyczaj markę własną sieci abc, oraz 2 topowe marki. To tajemnica sukcesu” – dodaje pan Borowski.

W kategorii warzyw w puszcze właściciel sklepu w Łowiczu wymienia Bonduelle oraz Pudliszki. Jeżeli chodzi o majonezy najlepiej sprzedaje się Łowicki, Winiary oraz Kielecki. Chrzan i ćwikła – to głównie marki Urbanek i Łowicki.

Chętnie kupowane są także barszcze białe i żurki w wersji instant marki Winiary. W płynnej formie wybierane są koncentraty Rolnik lub Krakus. Jak barszcz czy żurek, to także biała kielbasa, w ofercie sklepu dostępna jest zarówno parzona, jak i surowa. „Wśród wędlin i kielbas klienci stawiają na wysoką jakość. Nie wybierają produktów najtańszych, ale z moich wieloletnich obserwacji wynika, że na święta kupujemy produkty lepsze, a cena schodzi na dalszy plan. Na te wędliny mamy zapisy!” – dodaje pan Paweł.

Wśród przypraw pan Borowski ma w ofercie Prymat i Galeo, które sprzedają się w dużych ilościach, natomiast jeżeli klient szuka oryginalnej przyprawy – wybiera Kamis. „No i oczywiście produkty do pieczenia ciast. Wśród tłuszczów króluje Olej Kujawski, mar-

garyna Kasia, Palma z Kurszwicy. Cukry i przyprawy do ciast mam głównie marki Delecta, natomiast wśród bakalii, klienci nie zwracają uwagi na markę” – dodaje detalista.

## Dokupują to, czego zabraknie

Lidia Adamas, właścicielka sklepu w Łowiczu przyznaje, że święta nie są okresem dużych wzrostów w sprzedaży. „Odkąd otaczają nas markety, w naszym sklepie klienci na święta dokupują to, czego zabraknie w domu” – dodaje właścicielka. Oczywiście jak przyznaje, są także stali klienci, którzy regularnie zaopatrują się w sklepie, również przed Wielkanocą robią spore zakupy.

„To co nas wyróżnia, to dobrej jakości wędliny, zawsze świeży asortyment i miła obsługa. Tym staramy się konkurować. Oprócz wędlin święta wielkanocne to głównie majonezy, jajka, mąka i słodycze” – dodaje pani Lidia.

Przygotowując półki spożywcze do świąt Wielkanocnych warto poświęcić im trochę więcej uwagi. Ekspozycja świąteczna powinna przyciągać oko. Niezastąpione okażą się dodatkowe materiały POS, które ułatwią odpowiednie ułożenie wszystkich kategorii świątecznych. Wśród produktów spożywczych są to przede wszystkim słodycze, asortyment do pieczenia ciast, w tym jajka, mleko, mąka, margaryna, a także bakalie i masy oraz sosy mokre i przyprawy, w tym majonezy, chrzan, ćwikła oraz wędliny i kielbasy.

**Monika Dawiec**

reklama

## Egzotyczne sosy z przyprawą do mięsa!



**ŁOWICZ** Samo najlepsze

## Ważna informacja dla Kupców



- Chciałbyś jako pierwszy dowiadywać się o promocjach producentów, dostawców hurtowych, czy sieci Cash & Carry?
- Chciałbyś być na bieżąco z nowościami, których będą poszukiwać klienci w Twoim sklepie?
- Jeżeli tak, wypełnij formularz rejestracyjny na stronie [www.adnews24.pl](http://www.adnews24.pl) i bądź wśród najlepiej poinformowanych Kupców.



Zarejestruj się już dziś  
i bądź najlepiej poinformowany!

[www.adnews24.pl](http://www.adnews24.pl)



NAJWIĘKSZA SIĘĆ - NAJWIĘKSZE KORZYŚCI

NIEZALEŻNOŚĆ • STABILNOŚĆ • INNOWACJE

Jeżeli masz pytania,  
zadzwoń do nas:  
tel. (61) 658 33 83  
lub napisz e - mail:  
[abc@sklepyabc.pl](mailto:abc@sklepyabc.pl)

Stabilny system rabatowy

6909 sklepów w całej Polsce

0 zł za wizualizację sklepu

168 hurtowni blisko Ciebie

Ponad 1 mln klientów sieci

**DOŁĄCZ DO NAS!**

Doskonałe narzędzia marketingowe

Szeroka gama produktów dostępnych tylko w Eurocash

[www.sklepyabc.pl](http://www.sklepyabc.pl)

NOWOŚĆ



Egzotyczne sosy z przyprawą do mięsa!



Wyjątkowa oferta wsparta w mediach



TV



prasa



internet



PR



POSM





NOWOŚĆ

# Zamów już dziś

sos neapolitański z ziołami włoskimi



Łowicz  w kategorii sosów\* proponuje **NOWOŚĆ**  
w rosnącym segmencie sosów pomidorowych



Samo najlepsze

\* Agencja Nielsen za Nielsen; sprzedaż wartościowa na rynku Total Poland, excl. discount w okresie MAJ ON 2014 oraz udział w sprzedaży wartościowej



# Trunki z wyższej półki

Rynek napojów alkoholowych zmienia się pod wpływem kilku kluczowych trendów konsumenckich. Polacy szukają produktów wyższej jakości i marek kojarzonych z wyższą wartością, co przekłada się na premiumizację wielu kategorii. Szczególnie widoczne jest to w okresach świątecznych.

Coraz więcej Polaków wybiera produkty alkoholowe wysokiej jakości i marki o charakterze premium, jednocześnie poszukując jak najlepszego stosunku ilości lub jakości do ceny. Widoczny jest także silny trend innowa-

cyjny, wynikający z dużej otwartości konsumentów na nowe produkty i nowe smaki.

Przed świętami Wielkanocnymi w sklepach małaformatowych rośnie sprzedaż alkoholi, zwłaszcza z wyższych segmentów cenowych.

zdaniami **PRODUCENTA**



## Hanna Hausman

Menedżer Produktu/Z-ca Dyrektora ds. Marketingu i Eksportu  
HENKELL & CO. VINPOL POLSKA

Okres wielkanocny oznacza dla nas przede wszystkim wzrost zainteresowania likierami jajecznymi, które swoim charakterem mocno nawiązują do tych wiosennych świąt. Ze swojej strony staramy się zakomunikować naszym konsumentom, że likiery jajeczne można serwować na wiele sposobów. Dalkowski Advocaat smakuje znakomicie w czystej postaci, ale także jest idealnym dodatkiem do deserów. W ramach urozmaicenia oferty na okres świąteczny proponujemy naszym konsumentom Advocaat Dalkowski w efektownym opakowaniu prezentowym z salaterką do lodów. Na fali zainteresowania słodkimi trunkami zyskuje w tym okresie na znaczeniu nasza sztandarowa marka – Nalewka Babuni. Jej doskonała prezencja i rozkoszna wręcz słodycz są gwarancją prawdziwej przyjemności rodzinnego świętowania przy wielkanocnym stole. Tym razem dostępna jest specjalnie na święta w eleganckim opakowaniu, które podkreśla jej przynależność do kategorii premium. Dodatkowo Nalewka Babuni w okresie poprzedzającym Wielkanoc oferowana jest przez nas w limitowanej wersji smakowej. Dzięki temu konsumenci mogą przekonać się, że dbamy o różnorodność ich trunków na świątecznym stole. Tradycyjny smak polskiej gruszki, jarzębiny czy róży to tylko niektóre ze zrealizowanych dotychczas serii. W tym roku w okresie świątecznym na stołach ma szansę gościć Nalewka Babuni o smaku mirabelki.



**Dostęp do tych treści  
mogą mieć wyłącznie  
firmy zajmujące się  
produkcją, obrotem  
hurtowym oraz handlem  
napojami alkoholowymi.**

(Ustawa z dnia  
26 października 1982 r.  
o wychowaniu w trzeźwości).



zdanie **PRODUCENTA**

## Monika Glimos

Senior Brand Manager Ballantine's, Prestige Whiskies  
Wyborowa Pernod Ricard

Po świętach Bożego Narodzenia, Wielkanoc to kolejny okres zwiększonego zainteresowania alkoholem w sklepach. W tym wypadku jednak, komunikacja wokół produktów z segmentu premium nie opiera się na odniesieniach do okresu świątecznego i propozycjach strictly upominkowych. Skupiamy się na budowaniu atrakcyjnej oferty w oparciu o limitowane edycje znanych i lubianych produktów, takich jak Ballantine's Satellite – wyróżni się na półkach ciekawym opakowaniem przedstawiającym satelitarne ujęcie Londynu nocą. Na Wielkanoc przygotowaliśmy również ofertę produktów z wartością dodaną. 12-letnia, szkocka whisky Ballantine's dostępna będzie w smakowitym zestawieniu z karmelowo-soloną czekoladą Lindt, która podkreśla jej nuty smakowe, podczas gdy whisky single malt – The Glenlivet 12 YO po raz kolejny oferowana będzie z miniaturkami swoich starszych wariantów – 15 YO i 18 YO.

W kategorii wódek, w trakcie roku prym wiodą małe pojemności, lecz w tygodniu świątecznym klienci częściej wybierają większe butelki (500 ml i 700 ml). Chętniej też są kupowane droższe wódki z segmentu premium i super premium. Z danych Centrum Monitorowania Rynku wynika, że wysoko w rankingu rotacji pojawiają się wtedy znane droższe marki: Finalndia, Stock Prestige czy Wyborowa. Coraz więcej konsumentów decyduje się również na przedświąteczny zakup whisky. W tygodniu świątecznym zwiększa się sprzedaż samej whisky, a w ramach tej kategorii częściej kupowane są pojemności 700 ml. Konsumentom chętniej też kupują likiery

i kremy, zwłaszcza ajerkoniaki. Zwiększają się wtedy udziały produktów tj. Advocaat (Polmos Bielsko-Biała) i Dalkowski Advocaat.

## W opinii detalu

Alkohol nadal najchętniej kupowany jest w pobliżu miejsca zamieszkania, dlatego też zyski wielu sklepów spożywczo-przemysłowych uzależnione są od rotacji poszczególnych kategorii alkoholowych.

Dwa razy w roku – przy okazji świąt Bożego Narodzenia i Wielkiej Nocy rosną segmenty alkoholi premium. Wielkanocne zwyczaje zakupowe Polaków to likiery, wódki premium oraz whisky i wino.

## Z OFERTY PRODUCENTA



Dostęp do tych treści mogą mieć wyłącznie firmy zajmujące się produkcją, obrotem hurtowym oraz handlem napojami alkoholowymi.

(Ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości).

informacja handlowa

## AGROS-NOVA

Sok 100% Fortuna  
Pomarańcza, Grejfrut Czerwony



Klienci coraz częściej wybierają alkohole z półki premium.

„Postawiłem w swoim sklepie na szeroki dostęp do alkoholowych segmentów. Klient może podejść do każdej z półek, przeczytać etykietę, chwilę się zastanowić i znaleźć to czego szukał. Przede wszystkim zależy nam na tym, aby nikt nie wyszedł ze sklepu bez zakupów” – mówi Paweł Drużny, współwłaściciel sklepu Alkohole Świata, który istnieje w Skierniewicach od pięciu lat. Jest tu wydzielona część przypominająca piwniczkę z winami, w której znajdziemy alkohole z całego świata. Miejsce to ma swój wyjątkowy klimat i zakupy w nim to prawdziwa przyjemność – oceniają stali klienci odwiedzający sklep w Skierniewicach.

## Zmiany preferencji zakupowych

Pan Paweł zauważa, że od kilku lat widoczny jest trend zwiększonej konsumpcji win. „Pijemy ich więcej, jesteśmy bardziej świadomi tej kategorii i wciąż poszukujemy nowych smaków” – dodaje detalista. Jak przyznaje, stali klienci w kategorii win mają sprecyzowane gusta, jeżeli na przykład piją wina wytrawne – to w obrębie tego rodzaju smakują różnych szczepów czy krajów. Najchętniej kupowane są wina z rejonów Hiszpanii, Chile, Francji, Argentyny, Urugwaju, Węgier, czy coraz częściej nawet Japonii. Odpowiednie ułożenie na półkach sprawia, że klient wie jak poruszać się w sklepowej piwniczce. „Na rynku wina dużo się dzieje, dlatego też zarówno ja, jak i pracownicy sklepu, staramy się być na bieżąco. Przeprowadzamy kursy, dodatkowo personel szkolony jest także przez dostawców. Dlatego też sprzedawcy w moim sklepie chętnie służą radą w kategorii win, ale także innych segmentach alkoholowych” – dodaje detalista.

Tendencje zakupowe Polaków w kategoriach alkoholowych zmieniają się. Jak przyznaje pan Drużny, częściej

szukamy win wytrawnych i półwytrawnych. Spożywamy je bez okazji, przy obiedzie, kolacji – jako trunek do posiłku. Dodatkowo okres przedświąteczny to czas wzrostów w tej kategorii – na Boże Narodzenie są to wina czerwone, na Wielkanoc białe – lekkie. „Kiedy Wielkanoc jest naprawdę ciepła bardzo dobrze sprzedają się wina lekko musujące – frizzante” – dodaje. Wiosna i zbliżające się lato to także dobry czas dla wermutów. W sklepie w Skierniewicach najlepiej rotują marki Cin&Cin, Totino oraz Martini.

Jeżeli chodzi o alkohole mocne, to jak przyznaje właściciel sklepu w Skierniewicach, wódka – sprzedaje się wciąż najlepiej. „Wódki Stock Polska – Żółdkowa de Luxe, Stock Prestige – te marki przodują w sprzedaży” – mówi pan Drużny. W okresie świątecznym konsumenci szukają prestiżowych brandów.

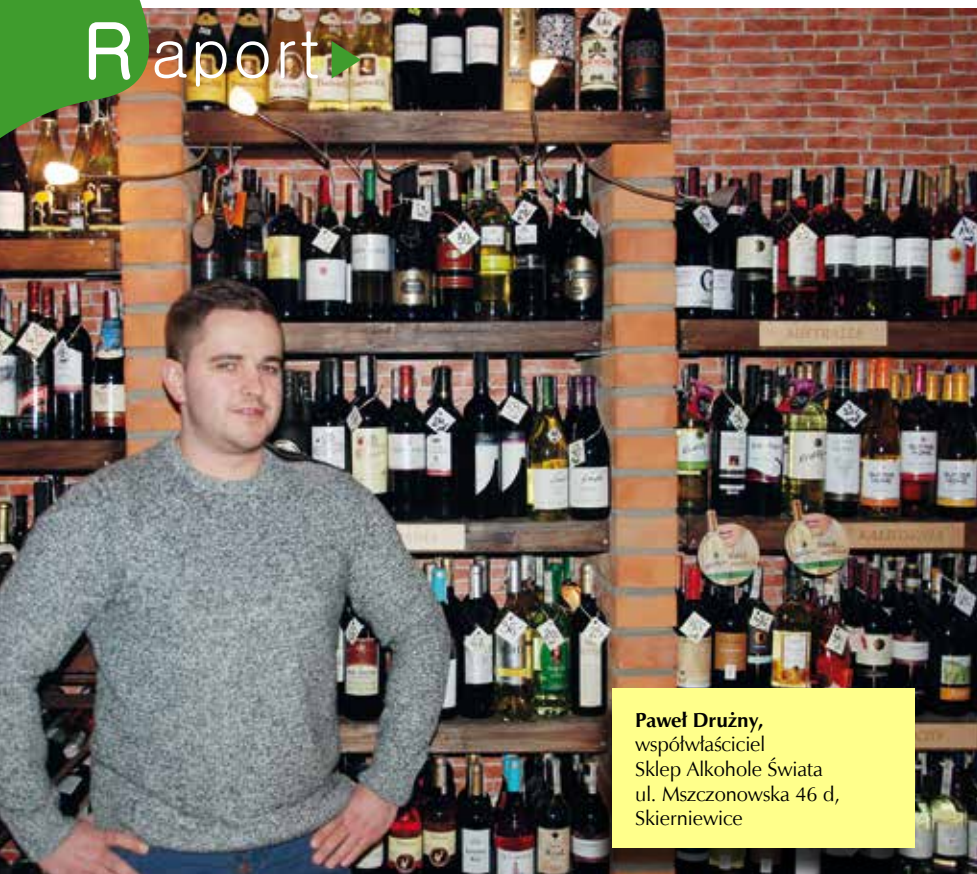
„Oczywiście – wódka wciąż sprzedaje się najlepiej, ale moim zdaniem w okresie świątecznym czysta powoli schodzi na dalszy plan. Polacy chętniej wybierają wersje smakowe, a wśród nich markę Lubelska, Finlandia i Soplisca. Wówczas w kategoriach alkoholi mocnych odnotowujemy spore wzrosty w kategorii whisky. Wśród marek królują te znane, jak Jim Beam, Johnnie Walker, Ballantine’s, Jack Daniel’s. Klienci chętnie próbują także mniej znanych trunków, zwłaszcza jeżeli są butelkowane na przykład w Szkocji” – mówi właściciel sklepu.

„Pracuję w branży alkoholowej od 9 lat, ale wciąż się uczę, również od swoich klientów, którzy czasem mnie zaskakują. Rynek whisky się rozszerza, pojawiają się nowe gatunki, asortyment się zmienia. Muszę być na bieżąco, aby móc odpowiedzieć na oczekiwania klientów mojego sklepu” – dodaje.



**Dostęp do tych treści mogą mieć wyłącznie firmy zajmujące się produkcją, obrotem hurtowym oraz handlem napojami alkoholowymi.**

(Ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości).



**Paweł Drużny,**  
współwłaściciel  
Sklep Alkohole Świata  
ul. Mszczonowska 46 d,  
Skierzwice

## Wersje prezentowe

Świąteczna sprzedaż to także zestawy prezentowe. Z dodatkiem – ze szklanką, w eleganckim opakowaniu – takie sprzedają się najlepiej. Idąc w odwiedziny świąteczne do rodziny czy znajomych często w formie upominku zabieramy ze sobą alkohol z wyższej półki. „Wielkanoc to także, a może przede wszystkim likiery jajeczne. Mamy w tej

kategorii naprawdę duży wybór. Prym wiedzie Advocaat Starotoruński Dalkowski, zainteresowaniem cieszą się także Advocaat z Polmosu Bielsko-Biała i Advocaat Gdański. Podsumowując – święta to sezon na konkretne trunki. Boże Narodzenie – miody pitne, a Wielkanoc – likiery jajeczne. Wspólny mianownik to alkohole z wyższej półki – whisky, wódki premium oraz wina” – dodaje pan Paweł.



## Agnieszka Boryś

Specjalista ds. Brand PR  
CEDC

Podczas świąt Wielkanocnych Polacy sięgają po szlachetne trunki wysokiej jakości, które pozwolą podkreślić i umilić świąteczny czas spędzony z bliskimi.

Chętnie wybierają czyste wódki, jak: Żubrówka Biała – dostępna z eleganckim kieliszkiem, Soplica Szlachetna Wódka, czy też wódki z segmentu premium, jak Bols Platinum. Bardzo dużym zainteresowaniem cieszą się też nalewki Soplipy, których wariant Wiśnia oraz najnowszy Orzech Włoski, już od marca dostępne są w specjalnej promocji z kieliszkiem. Nalewki są jednym z tradycyjnych polskich specjałów, którego nie może zabraknąć na wielkanocnym stole. Obowiązkowa pozycja na święta, to także Żubrówka Bison Grass, która doskonale podkreśli smak świątecznych potraw. W czasie świąt dużą popularnością cieszą się też trunki smakowe. Dla wszystkich wielbicieli tych trunków polecamy dwie nowości Absolwenta: Absolwent Poziomka i Absolwent Mandarynka. Kolejną wielkanocną propozycją jest Carlo Rossi Sweet White – słodkie, białe wino, które najlepiej smakuje mocno schłodzone. Zaś dla zwolenników alkoholi mocnych na świąteczne spotkania polecamy Żubrówkę Złotą – prawdziwą wódkę na bazie kory dębu, a także whisky Grant's czy Bourbon Wild Turkey.

zdnaniem **PRODUCENTA**



Dostęp do tych treści mogą mieć wyłącznie firmy zajmujące się produkcją, obrotem hurtowym oraz handlem napojami alkoholowymi.

(Ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości).



zdaniem **PRODUCENTA**

### Małgorzata Infeld

Senior Brand Manager Finlandia  
Vodka  
Brown-Forman Polska

Od jakiegoś czasu obserwujemy, że Polacy chętnie sięgają po produkty o obniżonej zawartości alkoholu. Zwłaszcza te charakteryzujące się ciekawymi, orzeźwiającymi smakami cieszą się dużym zainteresowaniem. Wybór tej grupy produktów nie jest przypadkowy. Coraz częściej bowiem rolę odgrywają okazje, podczas których nasi konsumenci chcą dłużej celebrować czas spędzając go w gronie przyjaciół. Równocześnie trendowi temu towarzyszy stały wzrost zainteresowania produktami z segmentu premium. Obserwacje te skłoniły nas do wprowadzenia na polski rynek marki Finlandia Frost, która jest pierwszym niskoprocentowym alkoholem w segmencie premium, łączącym w sobie lekkość wódek smakowych oraz jakość, którą gwarantują produkty z najwyższej półki.

## Na święta – lepiej niż na co dzień

„W naszym sklepie sprzedaż ilościowa w kategoriach alkoholowych zdominowana jest przez wódki i piwa. Oczywiście mam na myśli sprzedaż codzienną. Chociaż od święta – niewiele się zmienia. Nadal królują wódki, z tym że klienci częściej wybierają marki z wyższej półki” – mówi Wiesław Adamas, który wspólnie z żoną prowadzi sklep spożywczo-przemysłowy w Łowiczu.

Jeżeli chodzi o marki to przede wszystkim Żubrówka Biała, Luksusowa, Soplica i Krupnik. Wśród smakowych – Lubelska, Krupnik, Soplica. „Wśród smaków – tradycyjnie cytrynowka, a także grejpfrutowa, wśród nowości klienci chętnie próbują orzechowy czy pigwowy” – dodaje pan Wiesław.



Dostęp do tych treści mogą mieć wyłącznie firmy zajmujące się produkcją, obrotem hurtowym oraz handlem napojami alkoholowymi.

(Ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości).



**Wiesław Adamas,**  
współwłaściciel  
Sklep spożywczo-  
-przemysłowy  
ul. Armii Krajowej 43 b  
Łowicz

zdjęcia: Redakcja

## Napoje bezalkoholowe

W kategoriach napojów bezalkoholowych i soków – nadal najpopularniejsze pozostają wody. Polacy rocznie wypijają jej niemal 3 mld litrów, w tym wód smakowych, jednak najbardziej wartościową kategorią pozostają napoje gazowane.

„Wraz z trunkami mocnymi, na święta w sklepie w Łowiczu – w koszyku zakupowym najczęściej można znaleźć soki owocowe i napoje gazowane. Fortuna, Tymbark oraz Coca-Cola, Pepsi, Mirinda czy Sprite – to marki wodzące w tym czasie. Nie zapominaj-

my także o wodach mineralnych” – dodaje. Świąteczne zakupy w sklepach mijają pod znakiem prestiżowych brandów w kategoriach napojów alkoholowych i bezalkoholowych.

Podwyżka o 15% podatku akcyzowego na mocne alkohole, która weszła w życie 1 stycznia 2014 r. doprowadziła do załamania produkcji wódki w Polsce. W całym 2014 r. wytworzono jej mniej aż o 24%. Pozostałe kategorie alkoholi odnotowały wzrosty produkcji.

Jak przyznają detaliści – spadku sprzedaży wódki w małych placówkach jak na razie nie

zdaniami **PRODUCENTA**



### Agata Berndt

PR Manager  
Polskie Zdroje

W okresie rodzinnych świąt, takich jak Wielkanoc, największym powodzeniem cieszą się produkty o wysokiej jakości; przede wszystkim tradycyjne lecz w eleganckim i nowoczesnym wydaniu. Nie inaczej jest w przypadku wód mineralnych, które Polacy coraz częściej stawiają na świątecznym stole. Oczywiście na świąteczne spotkanie z rodziną czy przyjaciółmi nie wybierają oni zwykłych butelek PET lecz skłaniają się ku gustownym opakowaniom szklanych. Idealną wodą na wielkanocny stół jest Perlage – subtelnie musująca naturalna woda mineralna w eleganckiej, kobaltowej, szklanej butelce.

Poszukiwanie połączenia najlepszych tradycji i nowoczesności jest zauważalne nie tylko w Polsce ale i na całym świecie. Najlepszym dowodem na to jest 100% wzrost eksportu Perlage w ubiegłym roku.

## Z OFERTY PRODUCENTA



Dostęp do tych treści mogą mieć wyłącznie firmy zajmujące się produkcją, obrotem hurtowym oraz handlem napojami alkoholowymi.

(Ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości).



### GRUPA MASPEX WADOWICE

Tymbark sok 100% pomarańcza

### POLSKIE ZDROJE

Cisowianka niegazowana, Cisowianka Perlage Musująca







zdaniem **PRODUCENTA**

### Zuzanna Szymańska

PR&Marketing Director  
Amazis.net quality food&drinks

Z obserwacji rynku wynika, że Polacy chętniej sięgają po wina gatunkowe, choć przy ich zakupie nie chcą nadzarpnąć budżetu. Zwracają więc uwagę na etykiety, w tym na wina niszowych, mniej znanych producentów. Dlatego? Ponieważ wiedzą, że można zakupić wino wysokiej jakości w przystępnej cenie. Nasza oferta win, m.in. czeskich i rumuńskich, wpisuje się w tę potrzebę. W okresie świąt Wielkanocnych uwagę detalistów zwracamy na wyróżniającą się propozycję wina białego Habánské Sklepy Ryzlink Rýnský dostępnego w pięknej, smukłej butelce. Równym bestsellerem może być czerwone wino rumuńskie z Tarasów Dunaju – Domeniile Ostrov Merlot. Oba wina oferowane są w przystępnej cenie półkowej wahającej się na poziomie ok. 20 zł. W czasie świątecznym dobrze rotującymi winami są także marki Bohemia Sekt linii klasycznej, szczególnie białe wino musujące Bohemia Sekt demi sec oraz idealna propozycja na prezent – różowe wino Bohemia Sekt demi sec rose. Obie propozycje dostępne są w sprzedaży za cenę półkową kształtowaną na poziomie ok. 23 zł.

widać. Widoczny jest jednak trend w zwyczajach zakupowych Polaków – wina, whisky i wódki kolorowe – kupowane są w coraz większych ilościach. Zwłaszcza w okresie świątecznym. Wtedy też klienci stawiają na trunki premium, również w eleganckich opakowaniach.

**Monika Dawiec**



Dostęp do tych treści mogą mieć wyłącznie firmy zajmujące się produkcją, obrotem hurtowym oraz handlem napojami alkoholowymi.

(Ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości).



## Świąteczne porządki

Każde święta są przyjemniejsze, gdy spędzamy je w wysprzątanym i zadbanym miejscu. Generalne porządki nie należą do przyjemności, i w związku z tym każda pomoc się liczy! Ułatwieniem są dostępne na rynku detergenty i środki czystości, które sprawiają, że sprzątanie staje się skuteczniejsze, szybsze i bardziej przyjemne.

Jak wynika z badań ponad połowa badanych respondentów (55%) PAYBACK Opinion Poll\* przyznaje, że za świąteczne porządki zabierają się z entuzjazmem, 45% ankietowanych nie lubi sprzątać. Większość osób za sprzątnięcie zabiera się samodzielnie

będz z pomocą rodziny. Zakupy chemii gospodarczej w większości są robione w super- i hipermarketach. Ubiegłoroczne badania wskazują, że 39% ankietowanych zaopatruje się także w sklepach osiedlowych.

### zdaniem **PRODUCENTA**



#### Bartłomiej Szakiewicz

Brand Manager  
Sarantis Polska

Święta to czas relaksu, wyciszenia, spotkania z najbliższymi. To również czas wielkich, wiosennych porządków. By świąteczne sprzątanie nie zamieniło się w świąteczny koszmar, warto wybrać produkty, które skutecznie poradzą sobie nawet z najbardziej uporczywym brudem. Ściereczka z mikrofibry do mycia okien będzie niezbędna aby szybko, wygodnie, bez detergentów przywrócić przejrzystość naszym oknom. Warto zwrócić też uwagę na ściereczki nasączone, które zdobywają ostatnio rynek, dzięki różnorodnym zastosowaniom – do kuchni, do szyb i lusterek czy antybakteryjne. Nie można też zapomnieć o produktach pierwszej potrzeby jak zmywaki, ściereczki uniwersalne, czy rękawiczki.

\*Badanie zostało przeprowadzone na uczestnikach programu Payback metodą ankiet online na grupie 316 osób. Dobra próba użytkowników w wieku 18-65 odpowiadała strukturze demograficznej kraju.

### Z OFERTY PRODUCENTA

#### LAKMA

Sidolux do mycia paneli i drewna



Sidolux do kuchni



#### GLOBAL COSMED GROUP

Kret WC żel



#### SARANTIS POLSKA

Jan Niezbędny  
Ściereczki uniwersalne



Jan Niezbędny  
Ściereczki nasączone do lusterek i szkła



# TWÓJ głos

na wagę złota...



**JAN**  
Niezbędny



...w konkursie **Złoty Paragon**

*Żyj wygodniej*

*Jan Niezbędny*

# Raport ▶

## Liderzy do sprzątania

W sklepach małaformatowych (do 300 mkw.) obrót środkami czystości wzrasta na dwa tygodnie przed Wielkanocą, a najwięcej kupujemy w tygodniu świątecznym. Analiza danych paragonowych z roku 2014 wskazuje, że obroty wartościowe kategorii związanej z utrzymaniem czystości wzrastają o 30% w stosunku do tygodnia przedświątecznego i jednocześnie o 13% więcej w porównaniu do poprzedniego miesiąca. Wartościowo zeszłoroczna wielkanocna sprzedaż środków czystości wzrosła o 18% w stosunku do obrotów sprzed Wielkanocy z 2013 roku.

W okresie świątecznym wzrasta sprzedaż kategorii takich jak: detergenty do prania, środki do mycia szyb, środki do czyszczenia podłóg i dywanów, środki do czyszczenia mebli i drewna, wybielacze i odplamiacze oraz krochmal. Jak wynika z danych CMR,

najlepiej rotującymi produktami są w poszczególnych kategoriach: miętowe płyny do mycia naczyń Ludwik w opakowaniach 0,5 l i 1 l, proszek Vizir 400 g, cytrynowy Clin Window&Glass 0,5 l, uniwersalny płyn do mycia Ajax 1 l oraz klasyczne Pronto 0,25 l.

Producentami o największych udziałach w sprzedaży środków czystości pozostają niezmiennie Procter & Gamble, który umocnił swoją pozycję lidera w 2014 roku, oraz Henkel i Grupa Inco – podaje CMR.

To jak często sięgamy po dany produkt do sprzątania, zależy od czynności do jakiej środek ten służy. Artykuły takie jak środki czyszczące, czyli mleczka i proszki, środki do pielęgnacji mebli, środki do czyszczenia podłóg oraz środki do czyszczenia toalet są używane dwa razy w tygodniu. Czynności wykonywane rzadziej, to mycie okien. Wtedy większość osób używa



## Z OFERTY PRODUCENTA



### GRUPA INCO

Ludwik płyn uniwersalny



Ludwik płyn do mycia szyb z alkoholem

### UNILEVER POLSKA

Cif Lemon



Cif Kuchnia

### DRAMERS

Brait Magic Flowers





**JAN**  
Niezbędny

# ***TWÓJ głoś***

*na wagę złota...*



...w konkursie **Złoty Paragon**

---

***Żyj wygodniej***

*Jan Niezbędny*



płynów do mycia szyb kilka razy w roku. Według TGI Millward Brown (wrzesień 2013 – październik 2014) płynu do mycia szyb używa się raz w tygodniu lub częściej w 3,35% gospodarstw domowych, 2-3 razy w miesiącu 14,27%, raz w miesiącu 28,58%, kilka razy w roku 49,68%, raz w roku lub rzadziej 4,13%.

Jeśli chodzi o środki czyszczące, takie jak płyny, mlecza i proszki, to 7,7% gospodarstw domowych używa ich częściej niż raz dziennie, raz dziennie 15,81%, 5-6 razy w tygodniu 11,60%, 3-4 razy w tygodniu 22,65%, dwa razy w tygodniu 22,96%, raz w tygodniu 13,91% oraz rzadziej niż raz w tygodniu 5,32%.

## Z OFERTY PRODUCENTA

### POLITAN

Helios Płyn do mycia powierzchni drewnianych KOKOS z woskiem nablyszczającym



Helios Płyn do mycia szyb cytrynowy



Helios Płyn uniwersalny do mycia podłóg jabłko z cynamonem



Kolejną kategorią wśród środków do sprzątania są środki do pielęgnacji mebli, których używa się raz w tygodniu lub częściej w 35,79% gospodarstw domowych, 2-3 razy w miesiącu 27,82%, raz w miesiącu 18,95%, kilka razy w roku 14,74% oraz raz w roku lub rzadziej 2,7%. Do marek najczęściej kupowanych w gospodarstwach

### TOP 8 Środki do mycia okien\*

październik 2013 – wrzesień 2014

\*marki używane najczęściej w gospodarstwach domowych

Clin	38,07%
Mr Muscle	12,91%
Ajax	12,60%
Window Plus	11,59%
Ludwik	7,86%
Sidolux	6,06%
Lucek	3,69%
Clarix	2,47%

źródło: Badanie TGI Millward Brown

### TOP 8 Uniwersalne środki czyszczące – płyny, mlecza i proszki\*

październik 2013 – wrzesień 2014

\*marki używane najczęściej w gospodarstwach domowych

Cif Cream	17,58%
Ajax	13,58%
Domestos 24h	10,49%
Sidolux	7,84%
Cif Power Cream	7,02%
Clin	6,67%
Cillit – kamień i rdza	5,67%
Cif Active Gel	5,49%

źródło: Badanie TGI Millward Brown

### TOP 8 Środki do czyszczenia podłóg\*

październik 2013 – wrzesień 2014

\*marki używane najczęściej w gospodarstwach domowych

Ajax	30,78%
Sidolux	24,96%
Pronto	16,53%
Ludwik	7,50%
Floor	6,17%
Mr Musde	4,57%
Mr Proper	4,53%
Agata	3,47%

źródło: Badanie TGI Millward Brown

NOWOŚĆ

**Helios** od 1950  
Moc zapachów



**PACHNIE SUKCESEM  
SPRZEDAŻY!**



[www.politan.pl](http://www.politan.pl)



**Elżbieta Kaszuba** (od lewej)  
właścicielka  
Sklep Mini Bistro  
Łomia 76, Mława

domowych należą: Pronto, Sidolux, Fornit, Gold Wax, Kiwi Mebło, Brait, Cyprys, Segment, Claris.

Według Millward Brown zmywanie podłóg jest czynnością, którą wykonuje się codziennie w 8,88% gospodarstw domowych, 5-6 razy w tygodniu 7,66%, 3-4 razy w tygodniu 18,08%, dwa razy w tygodniu 27,59%, raz w tygodniu 27,56%, rzadziej niż raz w tygodniu 10,22%.

## Oferta w sklepie detalicznym

Asortyment środków czystości w sklepie w Łomii, jak przyznaje właścicielka Elżbieta Kaszuba, jest okrojony i zawiera tylko podstawowe produkty. „Klienci mają wybór w danej kategorii wśród tańszych i droższych produktów” – dodaje detalistka. Dostępne są zarówno płyny jak i proszki

niezastąpione przy generalnych porządkach. W ofercie sklepu znajdziemy płyny do mycia naczyń, takie jak: Ludwik, Fairy, EdGar, płyny do płukania: Silia, Help, Lenor, E, krochmal – Ługa, Vanish Oxi Action Krystaliczna Biel do usuwania plam. Proszki do prania: Vanish również w małych opakowaniach 400 g, Vizir, Persil, Ariel, E, Dosia, Rex, Help. Płyny do mycia szyb to Clin, Ajax, Gold Drop i Siłacz. Dostępne są także płyny do pielęgnacji podłóg Pronto, Floor, Helios, jak i środki do prania dywanów Floor, Vanish. Płyny do pielęgnacji mebli: Gold Wax, Pronto. Wśród środków czyszczących w sklepie w Łomii znajdziemy: Cillit Bang kamień i rdza, Meglio – odtłuszcacz, Cif Power Cream do łazienek, proszki do czyszczenia: Ajax oraz Dosia, mleczka do czyszczenia Cif oraz Dix, Środki do toalet takie jak: Siłacz oraz Domestos. Ofertę

## Z OFERTY PRODUCENTA

### GOLD DROP

Floor



Window Plus

### SC JOHNSON POLAND

Pronto Anti-Dust 5in1



Pronto płyn 5in1

### GLOBAL COSMED GROUP

Kret kostka do spłuczki





## Jagoda Borek

Specjalista ds. Marketingu

Gold Drop

Ze stałej oferty Gold Drop na porządki wiosenno-święteczne polecamy swoim klientom płyn do szyb Window Plus, płyn uniwersalny Floor o właściwościach antybakteryjnych oraz Gold Wax płyn do pielęgnacji mebli. Dla efektu odświeżonego i pięknie wykrochmalonego obrusu czy serwety proponujemy zastosować łatwy w użyciu i świetny w działaniu krochmal syntetyczny Ługa. Doskonale poprawia biel tkanin oraz ożywia kolory, pozostawiając na tkaninie świeży i przyjemny zapach. Zachęcamy także do zakupu produktów ekologicznych z serii Eco Line, są to rewelacyjne środki o wysokiej jakości i skuteczności działania, jednocześnie nieszkodliwe dla środowiska naturalnego. Na półkach nie może też zabraknąć płynów do prania i płukania marki Booster w zróżnicowanych pojemnościach i kilku wariantach zapachowych.

Zachęcamy do śledzenia gazetek poszczególnych sklepów w związku z licznymi promocjami cenowymi przygotowanymi specjalnie na okres przedświąteczny.

środków czyszczących uzupełniają zmywaki i ścierki dostępne pod markami Jan Niezbędny czy Amigo.

Największą sprzedaż wśród dostępnych artykułów w sklepie z danej kategorii cieszą się płyny do mycia naczyń oraz płyny do mycia szyb. Pani Elżbieta przyznaje, że rotują na bieżąco ręczniki papierowe – Mola, Velvet, Mea, które zwiększają sprzedaż w okresie porządków przedświątecznych. „Większość klientów robi duże zakupy w wielkopowierzchniowych marketach – i tam też nabywają środki czystości. W naszym sklepie kupowane są pojedyncze rzeczy, których zabrakło przy sprzątanii” – dodaje właścicielka. Jak się okazuje, również ceny produktów w małopowierzchniowych sklepach nie zawsze są wyższe niż w dużych marketach.

W utrzymaniu świeżości w wysprzątanym mieszkaniu pomogą odświeżacze powietrza. Ambi Pur, Brait, Air Wick, Glade, Kolorado, Attis to marki, po które klienci chętnie sięgają.

Podstawowy asortyment z kategorii chemii gospodarczej powinien znaleźć swoje miejsce w każdej osiedlowej placówce handlowej. Jak zgodnie przyznają polscy kupcy, niezbędne na półkach okazują się być środki czyszczące armaturę w łazience i kuchni, płyny do mycia podłóg, płyny do szyb, nawilżone chusteczki czyszczące oraz gąbki i ściereczki. Wiosenne przedświąteczne porządki – jak mycie okien, podłóg, trzepanie dywanów – należą do jednych z ważniejszych zadań w polskich domach.



Monika Kociubińska

**naturalnie czysto!**

**Gold drop®**

**SUDNIK STRONG**

**GOLD CYTRUS BALSAM STRONG**

**ŁUGA krochmal starch**

**ANTIBACTERIAL Gold Drop FLOOR**

**WINDOW original plus**

Producent Środków Czystości od 1991 roku

[www.golddrop.eu](http://www.golddrop.eu)

Kategorie produktów ▶

# Dobry początek dnia

Pieczywo, wędliny, warzywa, owoce, płatki, nabiał, a może produkty fit – które z nich są polecane na śniadanie, a które najchętniej kupują konsumenci? Jak się odżywiać by śniadanie stanowiło najważniejszy posiłek w ciągu dnia?

Śniadanie powinno być obfite i różnorodne, również dla tych na diecie, którzy – jak się okazuje – nie muszą liczyć kalorii podczas pierwszego posiłku. Należy je spożywać w ciągu 30 minut od przebudzenia. Pod względem kaloryczności śniadanie znajduje się na drugim miejscu po obiedzie, więc powinno dostarczać około 500-700 kcal.

## Zdrowe inspiracje

Najlepiej na śniadanie spożywać produkty bogate w białko, gdyż dłużej czujemy się syci oraz następuje przyspieszenie o 25% podstawowej przemiany materii. Ważne są również warzywa i owoce, będące źródłem błonnika, regulującego pracę jelit oraz zwiększającego uczucie sytości. Ponadto są one bogate w witaminy i sole mineralne zapewniające prawidłowe funkcjonowanie organizmu. Produkty polecane na ten posiłek to przede wszystkim

nabiał – w tym jajka, które mogą zostać użyte do jajecznicy czy lekkiego omeletu. Chudy twarożek najlepiej komponuje się z warzywami, jogurty np. greckie są idealne w połączeniu z owsianką czy otrębami. Inne propozycje na zdrowe śniadanie to: musli z owocami (truskawki, jagody, maliny) oraz jogurtem naturalnym, zielony twarożek (szczypiorek, natka pietruszki, rzeżucha), bułka grahamka, jajko na miękko z sałatką warzywną (pomidor, ogórek, sałata, szczypiorek, natka pietruszki), jajecznicza z pomidorami lub pieczarkami, kasza manna na mleku 2% z owocami jagodowymi (jagody, poziomki, maliny), owsianka na mleku z owocami (truskawki, jagody). A do picia: sok pomarańczowy, herbata bądź kawa zbożowa. Nie należy pominąć tradycyjnego posiłku jakim jest kanapka, z pieczywa żytniego, orkiszowego, razowego, posmarowana masłem, z dodatkiem wędliny, sera,

Z OFERTY PRODUCENTA



### ZPS JAMAR SZCZEPANIAK

Marmoladka deserowa z maliną



Sok Frutitu

### HOCHLAND POLSKA

Plastry topione Śmietankowe



Almette Fruit z Morelą i Wanilią



### NESTLÉ POLSKA

NesVita Płatki owsiane z mlekiem i truskawkami



zdaniem **PRODUCENTA**



#### Joanna Mizera

Marketing Manager  
ZPS „JAMAR” Szczepaniak

W ofercie śniadaniowej firmy Jamar znaleźć można zarówno pyszne i zdrowe soki Frutitu, jaki i Marmoladki wieloowocowe. Te pierwsze to naturalnie mętne nektary na bazie przecierów z polskich jabłek.

Wysoka zawartość błonnika i flawonoidów sprawia, że jest on niebywale zdrowy i łatwo przyswajalny. To nieocenione źródło energii, wzmocnienia i dobroczynnych składników odżywczych wprost idealnych na śniadanie. Nektar Frutitu nie zawiera konserwantów ani barwników jest pasteryzowany.

Z kolei Marmoladki wieloowocowe Jamar to wyborny dodatek do śniadaniowych croissantów, maślanych bułeczek, naleśników lub gofrów. Bazą ich receptury są przetarte jabłka polskie oraz przeciera polskich owoców, tj.: truskawka, malina, wiśnia. Dzięki naturalnej pasteryzacji zachowują wszelkie walory zdrowotne owoców, ich głęboki smak i aromat, co pozwala w pełni wartościowy sposób rozpocząć każdy dzień.

# KRÓLEWSKIE ŚNIADANIE

Bez  
konserwantów



# Kategorie produktów



**Grażyna Słowicka,**  
właścicielka  
sklepu ogólnospożywczy Alex  
ul. Lelewela 11, Mława

a może jajka. Do tego porcja witamin – plaster pomidora, sałaty, ogórka, papryki czy rzodkiewki. Świetnie też sprawdzają się pasty, np. z twarogu, jajek, bądź mniej znane zbożowe czy warzywne.

Drugie śniadanie jest równie ważne jak pierwsze. Powinno zostać spożyte 2,5-3 godziny później, zapobiegnie to podjadaniu. Posiłek ten powinien stanowić 10% dziennej dawki kalorii, czyli od 175 do 300 kcal. Na drugie śniadanie polecić można: jogurt naturalny z wdrojonymi owocami np. bananem, ciasteczka owsiane z kefirem, surówka z jabłka i marchwi z dodatkiem zarodków pszenicznych, różnego rodzaju sałatki warzywne bądź owocowe i oczywiście kanapki. Należy także pamiętać, że regularne spożywanie śniadań w ciągu dnia zapobiega tyjui.

## Śniadanie i do pracy i do szkoły

Sklep spożywczy „Alex” znajduje się w okolicy banków, szkół, przedszkola oraz bloków mieszkalnych. Klienci robią zakupy zarówno na pierwsze śniadanie w domu, jak i na drugie śniadanie w pracy czy szkole. Największy ruch w sklepie, jak wspomina właścicielka, jest właśnie w porannych godzinach oraz wieczorem – wtedy również są robione zakupy na pierwszy posiłek następnego dnia. „Na śniadanie klienci kupują przede wszystkim pieczywo, nabiał, wędliny, sery żółte i białe do smarowania z dodatkami oraz płatki śniadaniowe dla młodszych. Pracownicy pobliskich placówek ratują się zawsze świeżą bułeczką, paroma plasterkami wędliny, sera. Są kupowane

z **dzianiem PRODUCENTA**

### Aleksandra Ruszczyńska

Product Manager  
Herbapol-Lublin

Dżemy, konfitury i powidła Herbapol to produkty, które stanowią bazę do przygotowania wielu pysznych i pożywnych śniadań.

Na pierwszy posiłek dnia wyśmienicie smakują świeże bułeczki posmarowane, np. Dżemem Truskawka z Lubelszczyzny lub Powidłami węgierkowymi Herbapol.



Konfitury Herbapol, np. Truskawka z Lubelszczyzny lub Wiśnia nadwiślanka, jak też Dżem z czarnej porzeczki wspaniale podkreślą smak i udekorują wszelkiego rodzaju naleśniki, placuszki czy omelety na słodko. Pysznym pomysłem na śniadanie jest także koktajl malinowy, który otrzymamy miksując Konfiturę Malina polka Herbapol z jogurtem naturalnym i bananem. Wyśmienite danie przygotujemy polewając Konfiturą Wiśnia nadwiślanka lub Malina polka musli z dodatkiem jogurtu greckiego. Łyżeczkę Konfitury Wiśnia nadwiślanka można również dodać do porannego kakao lub czekolady na gorąco, a Konfitura Malina polka posłodzi i doda wspaniałego smaku gorącej herbacie podanej do śniadania.

## Z OFERTY PRODUCENTA

### GRUPA MASPEX WADOWICE

Lubella Corn Flakes



Tymbark Fruktajl  
Multiwitamina

### HERBAPOL-LUBLIN

Dżem Truskawkowy z Lubelszczyzny



Dżem Wiśniowy  
nadwiślanka

Konfitura z Wiśni  
nadwiślanki

Powidła  
Węgierkowe

Smak orzechowy z odcieniem miodu. Aromat świeżych, wiosennych ziół rosnących na łąkach. Laskowa nuta z morelą w tle.



Koneserzy sera zgodni są w jednym.  
Królewski tylko z Sierpca.



ZNAJDŹ NAS NA FACEBOOKU: SIERPC SER SMAK

# Kategorie produktów ▶

również serki wiejskie i jogurty. Młodzi klienci z pobliskich szkół wybierają bułeczki słodkie, pączki i napoje w kartoniku” – informuje Pani Grażyna.

Produkty, które są dostępne i kupowane w sklepie w Mławie w poszczególnych kategoriach, to poczynając od nabiału, który stanowi podstawę zakupów na śniadanie, jest to mleko. Mlekwita, Mleczna Zagroda, Piątница – z reguły z mniejszą zawartością tłuszczu, dla dzieci kupowane są również te z większą zawartością. Przeważnie nabywane są litrowe pojemności dostępne w kartonie, butelce oraz baniaczku. Jeśli chodzi o jogurty i serki to dostępne są takie marki jak: Zott, Danone, Finezia, Activia, Bakoma, Danio. Zarówno w tradycyjnej formie jak i do picia, także kefir i maślanki.

Serki wiejskie Piątница w różnych wariantach, z dodatkami lub bez. Bardzo dobrze rotują produkty jednorazowego użycia w mniejszych opakowaniach, należą do nich owsianki NesVita, kawa 3w1 Nescafé – produkty typowo do spożycia w pracy. Często drugie śniadanie jest wzbogacane również jabłkiem, bananem bądź innymi owocami. Zainteresowaniem cieszą się produkty fit, pieczywo, wafle ryżowo-kukurydziane, które kupują przede wszystkim kobiety. „Większość naszych klientów przy zakupie zwraca uwagę na to, aby były to produkty zdrowe z długim terminem spożycia.” – informuje właścicielka. Idealny zestaw dla młodzieży podczas przerwy między lekcjami to 7Days i Kubuś.

## Z OFERTY PRODUCENTA

### SM RYKI

Hit z Ryk



Rycki Edam



### MOKATE

Loyd Earl Grey



Loyd English Blend



Yogo Crunch



zdaniem **PRODUCENTA**

### Grzegorz Kapusta

wiceprezes Spółdzielni Mleczarskiej Ryki

Od dłuższego czasu dostrzegamy wzrost świadomości żywieniowej Polaków. Modne stają się różnego rodzaju diety oraz zdrowy styl życia i odżywiania. Bardzo często podkreśla się również, jak istotne jest spożywanie regularnych posiłków w ciągu całego dnia. Dietetycy często przypominają, że śniadanie jest nie tylko pierwszym, ale i najważniejszym z nich. Najczęściej spożywamy je w godzinach porannych, dzięki czemu mamy więcej energii do pracy, nasz metabolizm działa odpowiednio, a organizm dostaje bardzo ważną dawkę witamin. Zdaniem dietetyków poranny posiłek powinien składać się z węglowodanów, białka, witamin, składników mineralnych i błonnika. Sery są więc doskonałym produktem na śniadanie. Spółdzielnia Mleczarska Ryki oferuje niskotłuszczowy Hit z Ryk, który jest odpowiedni dla osób będących na diecie. Rycki Edam, Ramzes, czy Cezar będzie smakował zarówno dzieciom, jak i dorosłym.



zdaniem **PRODUCENTA**

### Sylwia Mokrysz

z zarządu Mokate

Nie ma dobrego i pożywnego śniadania bez ulubionej herbaty. Pasuje bowiem do każdego porannego posiłku. Parzona ok. 2-3 min działa pobudzająco. Idealnie więc nadaje się na początek dnia, gdy chcemy się rozgrzać i pełni energii podejmować codzienne wyzwania. Z kolei wydłużenie czasu parzenia daje napar o działaniu relaksującym, a więc doskonałym chociażby w weekendowy poranek. Mokate oferuje herbaty marek LOYD, Minutka i Babcia Jagoda – łącznie kilkadziesiąt wariantów smakowych. Od czarnych, przez ziołowe i zielone, aż po owocowe. Ciekawą propozycją świetnie komponującą się ze śniadaniem będą również nasze kawy zbożowe, takie jak Poranna czy Latte poranne. Godna polecenia jest również seria przekąsek śniadaniowych Yogo Crunch, czyli puszysty mus jogurtowy z crunchem w pięciu odmianach smakowych.

POZNAJ NASZ  
WYŚMIENITY  
SMAK

# SERY z RYK

HIT Z RYK  
TO PYSZNY SER  
O OBNIŻONEJ  
WARTOŚCI  
KALORYCZNEJ

WWW.SERYZRYK.PL



# Kategorie produktów ▶



**Radosław Smoliński,**  
właściciel  
Sklep Bolero  
Uniszki Zawadzkie 55

## Świeże pieczywo o każdej porze

Sklep Radosława Smolińskiego znajduje się przy trasie natężonego ruchu, stąd wielu klientów są to przejezdni kierowcy. Jeśli chodzi o miejscowych mieszkańców, to większość z nich odwiedza sklep rano. Młodzi ludzie natomiast robią zakupy śniadaniowe po południu wracając z pracy. „Produkty, które są przeważnie kupowane na ten posiłek to pieczywo, wędlna, nabiał, kawa oraz soki” – informuje właściciel. Drożdżówki są numerem jeden jako zakup na drugie śniadanie, dlatego też świeża dostawa jest trzy razy dziennie. W sklepie pana Radosława jest możliwość kupna innych wyrobów piekarniczych, np. ciasta, babki, które cieszą się dużym zainteresowaniem.

Przy zakupie pieczywa często kupowane jest masło bądź margaryna. Masło Polskie – Mlekovita oraz Masło Ostrołęckie wiodą prym. Dodatkowo Delma Extra, Masło roślinne i Rama w większych opakowaniach rotują na bieżąco. Dbając o zdrowie do pieczywa ciemnego dobierają często twaróg biały, który dostępny jest pod markami Zott, Mlekovita oraz Twaróg Mławski, o pojemnościach 200 gram czy ser twarogowy Turek. Dżemy i konfitury są kolejnym produktem kupowanym na śniadanie, a marki dostępne w sklepie w Uniszkach to: Herbapol, Lubawa, Jamar, Słoneczny Ogród oraz Łowicz w wielu smakach m. in. rabarbar, czarny bez, wiśniowy, truskawkowy, z czarnych porzeczek czy agrest-kiwi. Jednak jak sam właściciel przyznaje tańsze produkty lepiej się sprzedają.

zdaniem **PRODUCENTA**



## Dorota Dworzańska

Junior Brand Manager  
Mleczarnia Turek

Puszyste sery twarogowe marki Tartare w niebanalnych wariantach smakowych są doskonałą propozycją na pyszne śniadanie. Produkty te wyróżniają się wyrazistym smakiem oraz bogactwem wysokiej jakości dodatków, natomiast fantazyjne nazwy produktów wzbudzają zainteresowanie klientów otwartych na nowości. Chrupiąca kromka świeżego pieczywa w połączeniu z Tartare Borowikowy Las idealnie oddaje smak najbardziej szlachetnych grzybów, natomiast ciabiatta z dodatkiem Tartare Pesto di Basilico pozwala choć na chwilę przenieść się do słonecznych Włoch. Oferta Tartare obejmuje aż osiem różnych ciekawych smaków, dzięki czemu każdy znajdzie swój ulubiony sposób na królewskie śniadanie i dobry początek dnia.

## Z OFERTY PRODUCENTA

### Mleczarnia Turek

Tartare  
Borowikowy Las



Tartare Pesto di Basilico

### SERTOP

Delisia serki twarogowe



### INDYKPOL

Golonko z indyka w galarecie



Szynka Bona z piersi kurczaka





***Francuski ser do smarowania  
z mleka koziego***

# Kategorie produktów ▶



**Bogusława Mazur,**  
kierownik  
PHU Anna Romaniuk  
Czosnówka 76  
Biała Podlaska

zdjęcie: Redakcja

Do produktów kupowanych na śniadanie detalista śmiało dodaje konserwy Krakus, których cena nie jest najniższa, za to sprzedaż należy do najlepszych. Pasztesy Profi, Indykpol, Drosed oraz Pamapol w stoiczku również cieszą się zainteresowaniem podczas porannych zakupów.

Do produktów typowych tej kategorii należy dołączyć płatki śniadaniowe, które głównie są kupowane dla dzieci. Są to płatki Nestlé, Lubella oraz marki własnej Funny Morning czy Miodziole, które również dobrze się sprzedają ze względu na cenę.

Przy śniadaniu nie może oczywiście zabraknąć kawy, Tchibo, Gala, MK Cafe, Prima to najczęściej kupowane kawy w sklepie „Bolero”.

## W pierwszej kolejności nabiał

Sklep w Czosnówce odwiedza wielu klientów przy okazji zakupów na śniadanie. Oprócz pieczywa sery są kategorią dobrze rotującą każdego dnia. Włoszczowa, Kosów Lacki, Bakoma, Spomlek, Sierpc oraz ser Rycki to marki dostępne w sklepie. „Klienci podczas zakupów cenią przede wszystkim wysoką jakość produktów, dlatego też sery droższe są chętniej kupowane. Poza tym sery idealnie nadają się na pierwszy posiłek w ciągu dnia jak i na drugie śniadanie, zarówno jako dodatek do kanapki czy do innych dań” – informuje Bogusława Mazur. Oprócz serów

żółtych ciekawą propozycją na śniadanie są inne dostępne w tej kategorii produkty, a mianowicie chodzi o serki białe, topione, wiejskie – przeznaczone do smarowania pieczywa. Z tej kategorii dostępne są: Turek Kremowy, serki Hochland Kanapkowe oraz Almette: śmietankowy, z ziołami, jogurtowy, z bazylią, z ogórkiem i ziołami, a także linia serków owocowych: z wiśnią i żurawiną, z jagodami i maliną oraz z gruszką i jabłkiem. Piątnica – Twój Smak również w różnych wariantach smakowych oraz Łaciate – Mlekopol. Serki topione Hochland dostępne w bloczkach jak i jednorazowych trójkątach oraz plastrach rotują na bieżąco.

Wraz z serami często kupowane są wędliny w plasterkach JBB, Morliny, Indykpol. Pasztetowa Duda, pasztesy oraz cienkie kielbaski czy kabanosy Sokołów i Tarczyński.

„Robiąc zakupy na śniadanie w koszyku klientów często znajduje się również sok bądź woda mineralna” – dodaje detalistka. Sok głównie pomarańczowy: Tymbark, Hortex, Garden, Caprio. Woda niegazowana lub smakowa: Cisowianka, Żywiec Zdrój to najlepiej rotujące z nich. Nieodłącznym elementem śniadania jest herbata czarna, zielona jak również i owocowa. Herbata kupowana przez klientów to zazwyczaj Lipton, Minutka, Saga, Posti, Loyd.

Według śniadaniowych preferencji polskie społeczeństwo można podzielić na trzy grupy: tradycjonalistów, ceniących zdrowie oraz

## Z OFERTY PRODUCENTA

### ROBICO

Zimne Mleko 3,2%



### LACTIMA

Beauty Ser topiony



### AGROS-NOVA

Łowicz dżem truskawkowy

zabieganych antyfanów porannego jedzenia. Polacy coraz częściej zwracają uwagę na to, że śniadanie powinno być pełnowartościowe, pożywne, ale lekkie i łatwe w przygotowaniu. Dlatego też sklepy detaliczne powinny posiadać produkty odpowiadające różnym typom przyzwyczajeń śniadaniowych.

Monika Kociubińska

Wywiad ▶

# Śniadanie idealne z serem Hochland!



O tym, że ser Hochland może być elementem królewskiego przepisu na wysmienite śniadanie opowiada Jacek Wyrzykiewicz, PR & Marketing Services Manager w Hochland Polska w rozmowie z Moniką Dawiec.

## Jakie trendy obowiązują na rynku śniadaniowym?

Najważniejsza jest świeżość i różnorodność serwowanych produktów. Widocznym trendem jest powrót do prostych, domowych smaków, a jednocześnie poszukiwanie nowości. Modny staje się zdrowy styl życia, zdrowe odżywianie i coraz więcej sportu na co dzień. Wszechogarniający pęd życia inspiruje do poszukiwania szybkich i wygodnych rozwiązań. Przykładowo Hochland Twarogowy produkowany jest na bazie naturalnego twarogu, ma prawdziwie twarogowy smak i wyraziste, różnorodne warianty smakowe. Hochland Twarogowy oferowany jest w kilku wariantach smakowych i idealnie sprawdza się na śniadanie.

## Jak firma Hochland stara się odpowiedzieć na zmiany zachodzące zarówno na polskim rynku serów, jak i w zwyczajach konsumenckich?

Hochland Polska stawia na specjalizację, oferuje sery ze wszystkich ważnych segmentów rynku, skupiając się na oferowaniu istotnej wartości dodanej dla handlu i konsumentów – za rozsądną cenę. Inwestujemy w nowości, o których za wcześniej jeszcze mówić, ciągle dążymy do doskonałości w zakresie jakościowym, co wiąże się z nakładami.

## Nadal największą kategorią na rynku serów w Polsce są sery żółte. Czy pojawiły się jakieś nowe trendy w tym segmencie?

Polacy kupowali i nadal kupują głównie sery żółte, to kwestia tradycji i przyzwyczajenia. Konsument serów żółtych w Polsce zwraca uwagę na jakość i nie do końca prawdą jest, że najważniejsza jest cena. Spośród dostępnych serów dojrzewających konsumenci

chętnie wybierają sery na wagę. Jednakże tendencja ta zmienia się na korzyść serów w plastrach pakowanych przez producenta. Oferta Hochland plastrów sera dojrzewającego obejmująca tradycyjne polskie, a także mniej popularne smaki w innowacyjnym opakowaniu, pozwalającym na zachowanie świeżości produktu, okazała się strzałem w dziesiątkę. Rynek FMCG zmienia się dynamicznie, a największe piętno odciska zmiana oczekiwań konsumenckich. Hochland często podejmuje wyzwanie kreowania innowacyjnych segmentów rynkowych. Staramy się monitorować trendy, badać i analizować oczekiwania konsumentów. Najwyższa jakość i doskonały smak – to kluczowe atrybuty naszych produktów i cechy, na których budujemy siłę naszych brandów. Zanim produkt pojawi się na rynku, a nawet jeszcze przed jego powstaniem, przeprowadzamy szereg badań i testów, po to, by być liderem jakości i smaku na polskim rynku sera.

## Czysta etykieta to nowy trend?

Dokładnie tak – czysta etykieta to nowy kierunek, który rozwinął się w ciągu ostatnich lat na rynku europejskim, a wcześniej na rynku amerykańskim. W obecnych czasach ogromną popularnością cieszą się środki spożywcze zwane naturalnymi. Hochland rozpoczął małą rewolucję, promując „czysty” wizerunek marki. Sery żółte Hochland powstają w samym sercu Mazowsza, w malowniczym Węgrowie. Są w 100% naturalne, nie zawierają konserwantów, antybiotyków i tłuszczów roślinnych. W ofercie Hochland znajduje się kilka wariantów smakowych, m.in. kremowa Gouda, łagodny Edamski, aromatyczny od ziół Maasdamer. To doskonały pomysł na bogaty w wapń i białko posiłek.

Jakiś czas temu wprowadziliśmy na rynek wyjątkowe sery żółte Hochland Premium na wagę, w blokach – wyrafinowane warianty smakowe połączone z dużym oczekiwaniem: Emmentaler Classic, Maasdamer Character i Kaaslander Premium. Wkrótce pojawiły się też wyjątkowe smaki serów żółtych Premium, ale tym razem w plastrach.

## Jak rozwija się kategoria serów topionych i kremowych?

Ich sprzedaż utrzymuje się od lat na podobnym poziomie, z lekką tendencją wyhamowania. W ujęciu rocznym Hochland utrzymuje się na pozycji lidera w serach topionych. Dodatkowo marka Hochland w Polsce jest jedną z najbardziej rozpoznawalnych (nie tylko w kategorii serów) – według badania BAV analizującego ponad 1500 marek w Polsce, Hochland jest na 11 miejscu. Hochland zbudował silną pozycję rynkową i zaufanie konsumentów dwiema wyróżniającymi cechami: smakiem i praktycznością. W kwestii smaku, bezkompromisowe pozostaje hasło reklamowe „To jest pyszne”, natomiast format produktu, jak i opakowanie oddają praktyczność. Rynek serów w Polsce jest wciąż na fali wzrostu i trend ten utrzyma się w dłuższej perspektywie. Za rozwojem rynku przemawiają argumenty zdrowotne, bowiem sery zawierają niezbędne dla prawidłowego rozwoju i funkcjonowania organizmu składniki odżywcze. Mierząc udziałami rynkowymi upodobania konsumentów, w ofercie Hochland jest mnóstwo hitów. Sery topione są szczególnie cenione za swój smak. Dziś żaden detalista nie może sobie pozwolić na brak kluczowych produktów pod marką Hochland.

**Dziękuję za rozmowę.**

## Kategorie produktów ▶

# Przekąski z głową

Podjadanie to nie grzech! Nie jest też niezdrowe, jeżeli wybieramy właściwe przekąski. Bo przecież walczyć z tak zwanym małym głodem nie jest łatwo. Co zrobić, kiedy siedzimy w pracy za biurkiem czy jesteśmy w podróży a do obiadu, kolacji zostało jeszcze kilka godzin? Co jeść, żeby się nie przejeść, a jedynie zaspokoić głód i nie przesadzić z kaloriami?



**Zofia Kaczmarczyk,**  
właścicielka  
Sklep spożywczo-  
-przemysłowy  
ul. Baśniowa, Wrzosów



**Elżbieta Purchała,**  
zastępca kierownika  
Sklep spożywczo-  
-przemysłowy  
Świerże Górze, Kozienice

Jest tyle pytań, a odpowiedź tak naprawdę bardzo prosta. Między właściwymi posiłkami jak śniadanie, obiad czy kolacja, powinno się spożywać lekkie i zdrowe przekąski. Takie, które nie tylko zaspokoją głód, ale zamiast pustych kalorii dostarczą nam również potrzebnych witamin czy składników mineralnych i dodadzą energii.

## Trendy w żywieniu

Żyjemy coraz zdrowiej i lżej. Zima powoli dobiega końca, więc gdzieś z tyłu głowy słyszymy: „nie objadaj się, dbaj o linię, bo zanim się obejrzysz – wylądujesz na plaży. I co wtedy?”. Już teraz zadbaj o swoje ciało. Nie odkładaj tego na ostatnią chwilę!

Coraz chętniej zmieniamy styl życia na zdrowy, jemy lżej, więcej się ruszamy, uprawiamy sport. Przede wszystkim zwracamy uwagę na to co jemy i jak jemy. W sklepach spędzamy więcej czasu, szukamy konkretnych produktów, bez konserwantów, jak najmniej przetworzonych. Czytamy etykiety.

## Z obserwacji polskiego kupca

Przychodzi niespodziewanie, jest nieznosny, nie chce odejść mimo próśb – i nie chodzi tu o natrętnego klienta, ale o głód, który dopada jednego w najmniej spodziewanym momencie.

Wówczas ratunku szuka się w osiedlowym sklepie za rogiem i to, co się tam znajdzie zależy od detalisty. Oczywiście główną rolę kupców nie jest edukowanie i uświadamianie klientów jak zdrowo się odżywiać, ale przede wszystkim udostępnianie towarów jakich poszukują. Ale pamiętajmy, zawsze warto posiadać alternatywne rozwiązania.

Jak przyznaje Zofia Kaczmarczyk – klienci wybierają zazwyczaj szybkie przekąski, które mogą spożyć od razu po wyjściu ze sklepu. W pierwszej kolejności są to różnego rodzaju batony i wafelki. „Najczęściej czekoladowe, ale obserwuję, że coraz większa grupa klientów wybiera te zbożowe, z dodatkiem owoców” – mówi właścicielka sklepu we Wrzosowie.

„Coraz częściej można spotkać klienta, która szuka produktów fit, pasujących do

jego stylu życia i odżywiania się. Tacy klienci zastanawiają się nad zakupem i wybierają zazwyczaj coś lekkiego – jak wafelki ryżowe, pieczywo chrupkie, jogurt, kefir, a także musli czy bakalie” – dodaje Elżbieta Purchała ze sklepu w miejscowości Świerże Górze.

Wybory klientów w kategorii przekąsek uzależnione są także od pory roku. Jesienią i zimą lepiej sprzedają się zazwyczaj bardziej kaloryczne przekąski, wiosną i latem – te lekkie, w wersji fit. „Ważna jest także okazja – na co dzień szukamy przekąsek mniej kalorycznych, z kolei na domowe spotkanie ze znajomymi wybieramy częściej chipsy i paluszki” – mówi Zofia Kaczmarczyk.

„Wiele zależy także od płci. Panowie przychodzący do naszego sklepu zazwyczaj nie interesują się kaloriami zawartymi w przekąsce. Są głodni i chcą ten głód zaspokoić, kupują więc batona czekoladowego. Panie częściej niż panowie myślą o kaloryczności kupowanej przekąski, dlatego też chętniej wybierają zbożowe czy owocowe batoniki, wafle ryżowe” – dodaje pani Elżbieta.

## Owoce w batonie

Wysokokaloryczne słodkie i słone przekąski powoli odchodzą w zapomnienie. Puste kalorie, duże ilości cukru, tłuszczów nasyconych, soli oraz dodatki – od emulgatorów począwszy a na konserwantach skończywszy – oto, co serwujemy sobie wybierając tego typu produkty. Dlatego też konsumenci coraz częściej sięgają po posiłki i przekąski o mniejszej wartości energetycznej, bogatsze w korzystne dla zdrowia substancje odżywcze, np. błonnik, antyoksydanty, witaminy, składniki mineralne.

A owoce w formie batonu? Dlaczego nie? Smaczna alternatywa dla wysokokalorycznych słodczy oraz słonych przekąsek to Frupp – pierwszy dostępny na rynku batonik z owoców liofilizowanych. W procesie produkcji nie dodaje się tłuszczu, soli, konserwantów ani barwników. Jako substancji żelującej nie stosuje się żelatyny, lecz pektynę owocową. Jak informuje producent – do wyprodukowania 100 g produktu zużywa się 250 g owoców z wykorzystaniem techniki suszenia sublimacyjnego (liofilizacji) charakteryzującego się wysokim zachowaniem smaku, aromatu i wartości odżywczych owoców.

## Frupp na zdrowie

Batonik Frupp firmy Celiko dostępny jest w trzech smakach: malinowym, truskawkowym i wiśniowym. I to też nieprzypadkowo. Każdy z tych czerwonych owoców jest bogatym źródłem polifenoli, witamin i minerałów wpływających na zdrowie oraz urodę.

I choć wszystkie Fruppy są równie smaczne, tak samo chrupkie i pożywne, to różnią się zawartością błonnika, witamin i wartością energetyczną, tak jak różnią się owoce, z których te batoniki powstały.

- **Frupp malinowy** to zaledwie 37 kcal w jednym batonie (10 g). Zawiera aż 15% błonnika, ok. 54 mg witaminy C i ok. 0,4 g polifenoli (przeciwutleniaczy) w 100 g.
- **Frupp truskawkowy** to również tylko 37 kcal w jednym batonie (10 g). Zawartość błonnika to 8%, witaminy C ok. 129 mg, polifenoli ok. 0,5 g w 100 g.



### Czy wiesz, że...

**Liofilizacja** nazywana także suszeniem sublimacyjnym jest procesem technologicznym, w trakcie którego z zamrożonego produktu usuwa się wodę, z pominięciem procesu skraplania. Jest jedną z najlepszych metod utrwalania żywności. Nie tylko zabezpiecza się w ten sposób produkty przed zepsuciem, ale dodatkowo zachowuje się ich wartość odżywczą.

- **Frupp wiśniowy** ma najniższą wartość energetyczną – tylko 35 kcal. Zawiera 6% błonnika i aż ok. 1 g polifenoli w 100 g.

Wspomniane powyżej polifenole są przeciwutleniaczami, bardzo pożądanymi w zbilansowanej diecie. Badania naukowe wykazują związek pomiędzy dietą bogatą w owoce i warzywa (będące jednym z głównych źródeł przeciwutleniaczy) i obniżeniem ryzyka zachorowania na wiele chorób degeneracyjnych, w tym szczególnie choroby układu krwionośnego i nowotwory. Dlatego dietetycy i lekarze wskazują na konieczność spożywania znaczących ilości owoców i warzyw. Baton Frupp, dzięki zawartości polifenoli z owoców, mogą stanowić alternatywę nie tylko dla wysokokalorycznych przekąsek, ale i świeżych owoców, np. poza sezonem owocowania.

Wysoka zawartość błonnika jest również wielką zaletą batoników Frupp. Wielokierunkowe działanie błonnika jest korzystne dla organizmu, szczególnie dla prawidłowej pracy układu pokarmowego.

Baton Frupp to produkt bezglutenowy, więc może być spożywany przez chorych na

celiakę. Baton Frupp zdobył Laur Konsumenta 2014 oraz wyróżnienie w konkursie na Najlepszy Produkt Targów Gluten Free Expo w 2013 r. Jest to alternatywa dla innych przekąsek, w których mogą gustować klienci zarówno starsi, jak i młodszy oraz ci o specyficznych wymaganiach, np. wegetarianie (produkt bez dodatku składników zwierzęcych).

Ciekawą zaletą tego produktu jest możliwość pokruszenia go na kawałki i spożycia jako dodatek do płatków śniadaniowych z mlekiem, czy jogurtem.

Zmieszany z jogurtem bądź z wodą świetnie smakuje jako koktajl, a rozpuszczony z wodą, i zamrożony – jako sorbet lodowy.

Produkt ten nie tylko nie obciąża nas kaloriami ale również wagą (waży tylko 10 g), co jest atutem w podróży i na co dzień. Kiedy intensywny tryb życia nie pozwala na zachowanie zbilansowanej diety bogatej w warzywa i owoce, Frupp będzie szybką i odżywczą przekąską dostępną w każdej chwili.

Monika Dawiec

## Mrożone smaki



**Beata Motyl,**  
zastępca kierownika  
Sam pod Różami  
ul. Radomska 4  
Jedlnia-Letnisko

Sezon na mrożonki w pełni! Mrożone owoce i warzywa zachowują większość witamin i składników mineralnych. Są więc zdrowe i co najważniejsze – dostępne przez cały rok.

Szybkie do przygotowania, nie wymagają mycia, obierania i krojenia, można przygotować z nich wyśmienite dania przez cały rok i co istotne – nie zawierają konserwantów i są zdrowe! Jednak Polacy sięgają aż pięciokrotnie rzadziej po mrożone owoce i warzywa w porównaniu od innych członków UE (dane OBOP).

### Samo zdrowie

Nasza wiedza na temat „mrożonek” wciąż kuleje. A warto pamiętać, że właściwie zamrożone, przechowywane i rozmrażane owoce czy warzywa mają porównywalną wartość odżywczą do świeżych. Do mrożenia bowiem używa się owoców i warzyw zbieranych jako

zdanie**PRODUCENTA**

### Z OFERTY PRODUCENTA

#### POLSKI OGRÓD

Zupa kalafiorowa z koperkiem



Szpinak



#### Beata Łosiak

PR Manager  
Grupa Hortex

Cała kategoria mrożonych warzyw i owoców wpisuje się w coraz bardziej aktualny trend prozdrowotny i naturalny z racji wykorzystywania naturalnych surowców (owoców i warzyw), naturalnego utrwalania – mrozu. Do mrożonek nie dodaje się

ani konserwantów ani barwników.

Ponadto Hortex w swoich produktach nie stosuje wzmacniaczy smaku i skrupulatnie bada je pod kątem obecności metali ciężkich oraz pestycydów (jeżeli nie spełniają ostrych norm są odrzucane). Mrożone warzywa i owoce (podobnie, jak świeże) są cennym źródłem substancji odżywczych, witamin i mikroelementów. Skracają czas przygotowania posiłku – szybciej się gotują, krócej się je przygotowuje (nie wymagają obierania, krojenia, itp.)

Jako lider rynku staramy się obalać powszechnie panujące mity odnośnie mrożonych warzyw i owoców. Poprzez edukację chcemy przekonać do tej kategorii kolejnych konsumentów.

dojrzałe, które zachowują wysoką wartość odżywczą, błonnik i witaminy.

Według ekspertów ds. żywienia, produkty poddane procesowi zamrażania w kilka godzin od zebrania plonów, zachowują wysoką zawartość składników odżywczych, w tym witamin i składników mineralnych. Są więc godne polecenia szczególnie zimą i wczesną wiosną. Wówczas mogą zachowywać nawet więcej wartości odżywczych niż świeże, dostępne na sklepowych półkach. To idealny sposób na zdrowe odżywianie się przez cały rok dla osób zabieganych, zapracowanych, które nie mają czasu na gotowanie, a tym bardziej kulinarne eksperymenty. Obrane, umyte, pokrojone – skracają czas przygotowania posiłku i są relatywnie niedrogie. Czego chcieć więcej?

## Mrożonki w liczbach

Choć na rynku dominują klasyczne mieszanki warzyw, warzywa na zupę czy warzywa solo, to producenci wciąż udoskonalają i urozmaicają swoją ofertę. Wersje fit, już przygotowane na parze czy mrożonki z saszetką przypraw to standard w niejednej sklepowej zamrażarce. Konsumenci lubią nowe produkty, wartości dodane.

Na przestrzeni ostatnich 10 lat Polska zwiększyła produkcję mrożonek z 300 tys. ton do 600 tys. ton. Według danych GUS, w pierwszych dwóch miesiącach sezonu 2014/2015 (lipiec-sierpień) produkcja mrożonych warzyw, w przedsiębiorstwach zatrudniających 50 osób i więcej, wzrosła o 14,6% w stosunku do tego samego okresu przed rokiem (do 108 tys. ton). Przyczyną wzrostu była niewątpliwie większa podaż warzyw w kraju. Z danych Panelu Gospodarstw Domowych GfK (na dzień 11 września

2014 roku)\* wynika, iż w okresie ostatnich 12 miesięcy polskie gospodarstwa domowe przeznaczyły na zakupy kategorii produktów mrożonych łączną kwotę 2,1 mld zł. Wartość ta wzrosła o 3,1% w porównaniu do analogicznego okresu w latach ubiegłych. Analizowana kategoria produktów mrożonych obejmuje: produkty mączne i ziemniaczane, dania gotowe, warzywa, owoce, ciasta, mięso oraz ryby. W okresie od sierpnia 2013 roku

W przypadku warzyw były to mieszanki (44%), zupy (19%) oraz szpinak (11%).

W ujęciu ilościowym 68% zakupionych produktów było produktami pakowanymi. Pozostałe 32% to produkty mrożone na wagę, w tym największa podkategoria ryb (78%), a najmniejsza warzyw (11%) i frytek (6%).

## Preferencje konsumentów

Według danych Millward Brown w okresie październik 2013 – wrzesień 2014 – spożywanie mrożonych warzyw zadeklarowało 66,7% gospodarstw domowych. 43,8% spożywa je 2-3 razy w miesiącu, 36,5% raz w miesiącu lub rzadziej, a niespełna 19,6% raz w tygodniu lub częściej. Wśród marek najczęściej spożywanych w polskich gospodarstwach domowych królują Hortex, Bonduelle, Frosta, a także Iglotex, Dawtona, Kwidzyn. Dalsze pozycje zajmują marki Nordis, Poltino, Chłodnia Olsztyn, d'aucy, Chłodnia Grudziądz, Agram, Felco, Oerlemans i inne.

W Samie pod Różami najlepiej sprzedają się mrożone warzywa. Prym wiedzie szpinak rozdrobniony, kalafior, brokuły, a także mieszanki kilkuskładnikowe na patelnię oraz chińskie mieszanki z orientalnymi dodatkami. „Bardzo chętnie

kupowane są także mrożone mieszanki warzyw na zupę. Zarówno sama włoszczyzna, jak i konkretne rodzaje – na przykład zupa kalafiorowa. Wśród owoców królują mrożone wiśnie” – mówi Beata Motyl, zastępca kierownika. Jeżeli chodzi o najlepiej rotujące marki to pani Beata wymienia Hortex, Iglotex, Renifer, a także Bonduelle i d'aucy.

Zmieniające się nawyki żywieniowe i tryb życia powodują, że mrożone owoce i warzywa



do lipca 2014 roku największy udział w rynku produktów mrożonych w ujęciu wartościowym miały podkategorie ryb, warzyw, dań gotowych, produktów mącznych i ziemniaczanych oraz frytek. Wyniósł on łącznie ponad 95%. W ujęciu ilościowym w ciągu ostatnich 12 miesięcy polskie gospodarstwa domowe kupowały przede wszystkim: warzywa (31,3%), ryby (25,7%), produkty mączne i ziemniaczane (14,9%), frytki (13,8%) oraz dania gotowe (10,8%).

\*Analizy powstały na podstawie danych pochodzących z prowadzonego od 20 lat Panelu Gospodarstw Domowych GfK Polonia. Jego próbę stanowi 8 tys. polskich gospodarstw domowych, zbierających dane za pomocą skanerów i raportujących o dokonywanych przez siebie zakupach produktów FMCC.

# Kategorie produktów ▶



zdanie**PRODUCENTA**

## Damian Szklanny

Kierownik ds. marketingu  
HORTINO ZPOW Leżajsk

Mniejsza zawartość witamin w mrożonych warzywach to jeden z najczęściej powtarzanych mitów. Witaminy należą do składników odżywczych bardzo wrażliwych na działanie czynników zewnętrznych. Sposobem, który pozwala na zachowanie wysokiej wartości odżywczej, biologicznej, w tym także witaminowej jest zamrażanie, tj. utrwalanie niską temperaturą w krótkim czasie. Mrożonki tracą kilkakrotnie razy mniej witamin A, C, B<sub>1</sub> i PP niż podczas innej metody przetwarzania i przechowywania owoców i warzyw. Zachowują przy tym zdrowy wygląd i niezmienny smak. Straty witamin w trakcie przechowywania w temperaturze od -18 °C do -24 °C nie przekraczają 10% wartości wyjściowej, podczas gdy inne procesy mogą powodować ich utratę nawet do 60%.

cieszą się coraz większą popularnością w sezonie zimowym, kiedy dostęp do świeżych produktów jest mocno ograniczony. Żyjemy szybko, ale chcemy odżywiać się zdrowo.

Najwyższe wartości w rynku mrożonek osiągają mieszanki warzywne, warzywa na patelnię, a także warzywa mono oraz zupy. Konsumenty chętnie kupują także nowe czy

też ulepszone produkty, z wartością dodaną. Pamiętajmy o tym, uzupełniając sklepowe zamrażarki.

Producenci mrożonek odkrywają przed konsumentami smaki i dania popularne w innych kuchniach świata, często przepisy umieszczane na opakowaniach inspirują ich też do eksperymentów kulinarnych.

## Z OFERTY PRODUCENTA

### HORTINO ZPOW LEŻAJSK

Buraczki tarte porcjowane



### BONDUELLE POLSKA

Mieszanka Królewska  
„Już Przygotowane na Parze”



reklama



## Z OFERTY PRODUCENTA

### PINGUIN FOODS POLSKA

d'aucy Klasyczne warzywa na patelnię



d'aucy fit mix fasolowy



zdaniem **PRODUCENTA**

### Elżbieta Szymonik

Marketing Manager  
Pinguin Foods Polska

Coraz częściej mrożone warzywa czy owoce nie są postrzegane jako produkt sezonowy, ale jako wygodne, gotowe rozwiązanie dla osób aktywnych i dbających o zdrowie. Wysokiej jakości produkty mono (brokuły, kalafior, truskawki czy maliny) i mieszanki od lat mają pozycję stabilną i zawsze znajdują amatorów. Jako producent wyrobów marki d'aucy proponujemy całą gamę warzyw i mieszanek warzywnych, zarówno „klasycznych”, jak i innowacyjnych, jak Fit mixy do gotowania na parze.

Z informacji, jakie otrzymujemy od naszych konsumentów wynika, że bardzo chętnie testują różne sposoby zastosowania mrozonek – w zapiekankach, na patelni, na parze. Dużym powodzeniem cieszą się linie produktowe zbliżone do kategorii dań gotowych – zdrowe, nisko przetworzone, ale szybkie w przygotowaniu, stanowiące kompletny posiłek przy bardzo małym nakładzie czasu i wysiłku ze strony konsumenta. Warzywa na patelnię z przyprawą stanowią tutaj zdrową i niedrogą alternatywę dla chłodzonych dań gotowych i fast foodów.

Mimo rosnącego udziału, jaki w handlu mrożonkami mają dyskonty, sklepy handlu tradycyjnego stanowią nadal bardzo ważny kanał w ich sprzedaży. Związane jest to ze zwyczajami zakupowymi. Większość konsumentów lubi zaopatrywać się w te produkty blisko domu, aby na przykład uniknąć rozmrożenia.

Często także sięgamy po tego typu asortyment pod wpływem impulsu. To detalista decyduje jakie produkty znajdują się w ofercie sklepowej, ponieważ to on najlepiej zna swojego klienta. Warto jednak być także otwartym na nowości produktowe.

Monika Dawiec

reklama

**d'aucy**

kompletne dania  
nie tylko na patelnię  
gotowe w kilka minut

**daucyinspiruje.pl**

internet | prasa | POS | PR | promocje | konkursy

**d'aucy**  
Najlepsze i przemyślane przepisy  
Tylko chwile  
PRZYPRAWY W SASZETCE  
Warzywa na patelnię

Kategorie produktów ►

# Półka dla najmłodszych klientów

Chociaż młody konsument podczas zakupów jest „reprezentowany” przez rodzica, to jednak ma on swoje wymagania i preferencje. W przeciwieństwie do mamy, czy taty, dziecko zwraca uwagę na kolorowe opakowania i kształt produktów, całkowicie ignorując ich aspekt zdrowotny.



Elżbieta Grabowska,  
właścicielka  
Sklep Rarytas  
ul. Główna 24  
Jabłonowo Pomorskie

Asortyment dla dzieci dostępny jest niemal w każdym sklepie spożywczo-przemysłowym. W jego skład wchodzi nie tylko artykuły spożywcze, ale również pielęgnacyjne i higieniczne. To ważna kategoria, ponieważ na zakupy bardzo często rodzic przychodzi wraz z dzieckiem, które to najchętniej zabrałoby do domu wszystkie słodkie dostępne w sklepie. Rodzic oczywiście do tego nie dopuści, ale zwykle kilka batoników, cukierków, czy innych przekąsek i tak w końcu trafi do koszyka. Każda mama stara się podawać swojemu dziecku wyłącznie zdrowe produkty, bez sztucznych barwników i konserwantów, jednak z wiekiem

dzieci stają się bardziej samodzielne w podejmowaniu decyzji zakupowych, zwracając uwagę przede wszystkim na opakowanie i smak.

## Kubusi cała gama być musi

W sklepie Rarytas w Jabłonowie Pomorskim dostępne są produkty dla dzieci w każdym wieku. Jak mówi Elżbieta Grabowska – właścicielka sklepu – „oferta rozpoczyna się od mleka dla niemowląt Bebiko, poprzez dania obiadowe Gerbera i BoboVity, kończąc na deserach, sokkach BoboFruit oraz herbatkach Hipp i BoboVita. Dla najmłodszych konsumentów mamy również kaszki, z których największym

## Z OFERTY PRODUCENTA

### GRUPA MASPEX WADOWICE

Kubuś 100% Multiwitamina



Lubella Mlekołaki Kulki Choc



Puchatek

### NUTRICIA

BoboVita  
Przyjaciele  
Marchewka  
Ziemniaczki  
Wołowina



BoboVita Kaszka mleczno-wielozbożowa o smaku gruszkowo-sucharkowym bez dodatku cukru



zdanie**PRODUCENTA**

### Dorota Liszka

Manager ds. Komunikacji Korporacyjnej  
Grupa Maspex Wadowice

Dla rodziców najważniejsze są zdrowie, marka i wygoda. Dla dzieci – smak, atrakcyjne modne opakowanie, ale również i one coraz częściej zwracają uwagę na to, aby były zdrowe. Nasza oferta dla dzieci jest szeroka i obejmuje soki, nektary i napoje z markami Kubuś i Tymbark, płatki śniadaniowe z marką Mlekołaki, jak również kakao Puchatek. Produkty te są wysokiej jakości, mają mocną pozycję rynkową oraz mocno wspieramy je promocyjnie poprzez m.in. kampanie reklamowe, akcje konsumenckie, działania w sklepach, co dla detalistów myślę, że jest bardzo ważne.

Obecnie w ofercie Kubusia znajdują się już soki przecierowe (Kubuś i Kubuś GO!), napoje owocowe (Kubuś Play), woda smakowa (Kubuś Waterr) oraz musy owocowe. Płatki śniadaniowe Mlekołaki to pyszne, pożywne śniadanie dla dziecka, a dla rodzica oszczędność czasu, bo szybko i łatwo można przygotować posiłek. Kakao Puchatek zostało wzbogacone w wapń oraz 10 witamin, co jest niezwykle istotne dla prawidłowego rozwoju dziecka.

zainteresowaniem cieszy się BoboVita oraz kleiki ryżowe”. Niezależnie od artykułów żywnościowych, w sklepie nie powinno zabraknąć artykułów higienicznych pierwszej potrzeby,

jakimi są pieluszki. Najbardziej popularne są pieluszki Pampers, sprzedawane przeważnie w małych paczkach lub pojedynczo – na sztuki. Większe opakowania nie wzbudzają dużego

zainteresowania wśród klientów mniejszych sklepów, ponieważ są dość drogie. „Jeśli chodzi o środki pielęgnacyjne, to posiadamy podstawowe kremy, szampony i oliwki Bambino” – dodaje pani Grabowska.

Detailistka podkreśla, że bardzo ważną pozycją w kategorii artykułów dla małych dzieci jest nabiał. „Z szerokiej gamy jogurtów, które mam w swojej ofercie prym wiodą produkty marki Zott oraz Danone. Bardzo chętnie kupowane są produkty firmy Maspex Wadowice, a marka Kubuś oraz napoje Tymbark to produkty, które muszą bardzo często uzupełniać na półce” – przyznaje. W sklepie w Jabłonowie dostępny jest cały asortyment Kubusiów: Kubuś GO!, Kubuś Play, Kubuś Waterr, Kubuś Mus, Kubuś Play Lemoniada, Soki Kubuś 100%. Jak dopowiada właścicielka – „Kubusi cała gama być musi”. Ofertę napojów dla dzieci uzupełniają owocowe Jupiki, które są również bardzo chętnie kupowane.

reklama



MAMY ROZWIĄZANIE  
NA ŚNIADANIE  
PEWNY ZYSK  
DLA CIEBIE



Intensywna kampania marketingowa



TV



internet



promocja  
konsumencka



POS



# Kategorie produktów ▶



„Jeśli chodzi o słodycze dla młodszych, to kupowane są u nas najczęściej: batony Milky Way, Petitki Lubisie, wszystkie produkty Kinder – Kinder Chocolate, Kinder Niespodzianka, Kinder Delice, Mleczna Kanapka, Kinder Pingui oraz Mlekoladki Hibbi. Dla dzieci kupowane są również pojedyncze wafelki bez czekolady, takie jak Grzeški, Princessa czy Prince Polo i wafelki Teatralne. Jeśli chodzi o cukierki, to dzieci uwielbiają żelki, Storck – Śmiejęzłki, Jutrzenka – Akuku! oraz Haribo” – informuje detalistka. Na rynku pojawiają się wciąż ciekawe produkty, które są dedykowane najmłodszym klientom. Przykładem jest Polmlek, oferujący ser żółty Fiko junior w kształcie Misia, a Morliny i Sokołów – oferują parówki z dużą zawartością mięsa, stworzone specjalnie dla dzieci. „Przy wyborze wędlin, dzieciom dedykowane są delikatne wyroby parzone i o

najwyższej jakości. W naszym sklepie polecam połędwicę miodową i oryginalną JBB, które są najchętniej kupowane i najbardziej chwalone przez moich klientów” – dodaje pani Elżbieta.

## Wybory przedszkolaków

Adam Marchlewski jest właścicielem sklepu „Kwant” w Łławie, przy ulicy Dąbrowskiego 15a, do którego na zakupy przychodzi wiele dzieci. „Zdecydowanie najczęściej kupowane są w moim sklepie słodycze, zwłaszcza te ustawione w okolicy kasy. Z reguły są kolorowe, ładnie wyglądają i wpadają w oko małym klientom. Do koszyka trafiają gumy, lizaki, cukierki, wata cukrowa bądź słodycze z dołączoną zabawką, o które zwykle proszą rodziców będąc z nimi w sklepie” – przyznaje pan Adam. Gummy, to przede wszystkim rozpuszczalna Mamba, bądź kolorowe kulki, liza-

## Z OFERTY PRODUCENTA

### TZMO

Bella Baby Happy Newborn



Bella Baby Happy Maxi



Bella Baby Happy Maxi Plus



zdaniem **PRODUCENTA**

### Oliwia Madrak-Budzińska

Specjalista ds. marketingu  
Toruńskie Zakłady Materiałów Opatrunkowych

Rodzice od zawsze traktowali potrzeby swoich dzieci priorytetowo. Faktem natomiast jest, że coraz baczniej zwracają oni uwagę zarówno na jakość i cenę pieluszek, chusteczek czy innych artykułów do pielęgnacji maluszka oraz oceniają korzyści najważniejsze dla

nich i dla ich dziecka.

Tradycyjnie już najchętniej kupowane są pieluszki w rozmiarze Maxi oraz Maxi Plus, gdyż to w tym przedziale wagowym (8-20 kg) dzieci potrzebują ich najdłużej. Oprócz nich dobrze jest mieć na półce także pieluszki dla noworodków ze specjalnym wycięciem na kikut pępowniny. Nie powinno zabraknąć też artykułów uzupełniających ofertę, jak np. chusteczek nasączonych. Należy zadbać o prawidłową ekspozycję artykułów dziecięcych. Powinny one być ułożone na wysokości wzroku rodzica. Dobrze jest również pamiętać, że ilość miejsca w sklepie detalicznym jest ograniczona, dlatego lepiej się sprawdzą małe opakowania.

**Łukasz Sorbian**Dyrektor Pionu Marketingu  
Stella Pack

W ofercie marki Lula możemy znaleźć m.in. podstawowy produkt jakiego potrzebują maluchy i ich mamy, ale również dzieci w wieku przedszkolnym czy wczesnoszkolnym – czyli chusteczki nawilżane. Jako jeden z niewielu produktów na rynku nie zawiera on ani parabenów, ani szkodliwego glikolu. Dla wyjątkowo wrażliwej skóry dzieci dodaliśmy również dodatki w postaci pantenolu, aloesu lub alantoiny. Te właśnie produkty powinny się znaleźć w każdym sklepie czy to małym czy to dużym. Rozszerzeniem tej oferty dla większych sklepów są chusteczki nawilżane o większej gramaturze – wytrzymalsze, posiadające dodatkowe tłoczenie, poprawiające komfort użytkowania. Poza tym wykorzystaliśmy na ich opakowaniach wizerunek popularnych postaci z bajek: SongeBob Kanciasoporty, Pingwiny z Madagaskaru oraz Dora Poznaje Świat – dzięki czemu poza walorami użytkowymi są one niezwykle atrakcyjne dla oka.

ki Chupa Chups, Nimm2 oraz inne o różnych kształtach i kolorach. Dzieci często kupują też chipsy, najczęściej w małych paczkach: Lay's, Cheetos, Star Chips i Flipsy dla najmłodszych. W sklepie w Iławie nie brakuje produktów typowych dla dzieci takich jak np. kakao – Puchatek. „Artykuły dla dzieci kupują w zasadzie mamy, jedynie słodczyce dzieci wybierają same. Przy wyborze produktów dla dzieci mamy zwykle kierują się składem i jakością. W przypadku, gdy dzieci same robią zakupy, to bardzo dużo zależy od ekspedientek, ponieważ one są wtedy jedynym drogowskazem, a gdy dzieci mają określoną sumę pieniędzy, to należy mu właściwie doradzić, co może za to kupić” – mówi Adam Marchlewski.

Produktem dla dzieci, który jest najczęściej kupowanym przez mamy są płatki, przeważ-

nie firmy Nestlé: Chocapic, Corn Flakes, Kanguś, Frutina, Nesquik oraz Lubella: Mlekołaki. Częściej kupowane są produkty markowe, niż tańsze marki własne.

„Dzieci często zaglądają do mojego sklepu w drodze do szkoły i przeważnie kupują soczek i jakiegoś batonika” – dodaje pan Adam. W ofercie soków i napojów przeznaczonych między innymi dla dzieci są wody smakowe Żywiec Zdrój, Jurajska Frutek Aqua, Waterr. Soki dostępne w sklepie w Iławie to przede wszystkim Kubuś, z których najlepiej sprzedają się gęste soki dwuskładnikowe. Smakuś oraz Dzień i Noc, to tańsze produkty z tej kategorii. Jupik również jest lubiany przez dzieci. „Preferencje najmłodszych klientów skupiają się przy mniejszych pojemnościach napojów i soków, przede wszystkim liczy się wygodne opakowa-

**Z OFERTY PRODUCENTA****STELLA PACK**Lula Chusteczki nawilżane SongeBob  
KanciasoportyLula Chusteczki nawilżane z dodatkiem  
pantenolu

nie, które posiada dozownik lub nakrętkę. Stąd mniejszym zainteresowaniem cieszą się napoje w kartoniku” – zauważa właściciel.

Jeśli chodzi o produkty drogeryjne, to z proszków do prania ubrań dla dzieci najchętniej kupowany jest Yelp, zaś z artykułów pielęgnacyjnych produkty Bambino oraz chusteczki Cleanic.

Jak zgodnie twierdzą detaliści, uwagę zarówno najmłodszych jak i trochę starszych klientów przykuwają kolorowe i ciekawe opakowania produktów. Ich ekspozycja też nie jest bez znaczenia. Produkty dla dzieci powinny być zatem dla nich doskonale widoczne, bo z pewnością dla każdego rodzica miłym obowiązkiem jest spełnianie „słodkich” zachcianek swojej pociechy.

**Monika Kociubińska**

r e k l a m a

Wielej szczegółów u Przedstawicieli Handlowych Stella Pack S.A.

Atrakcyjna alternatywa w segmencie artykułów higienicznych  
Innowacyjna formuła bez parabenów i glikoli  
Ciekawa kreacja  
Atrakcyjna cena  
Produkty z postaciami z bajek  
Dora odkrywa świat, SpongeBob Kanciasoporty i Pingwiny z Madagaskaru.

**Stella Pack S.A., ul. Krańcowa 67, 21-100 Lubartów, [www.stella.com.pl](http://www.stella.com.pl)**

Kategorie produktów ▶

# Cena świeżego oddechu

Szczotka, pasta, kubek, ciepła woda... Na szczęście producenci oferują obecnie znacznie większe możliwości. Produkty, które pozwalają zachować właściwą higienę jamy ustnej dostępne w sklepach detalicznych rotują bardzo dobrze i nie chodzi tu tylko o gumy do żucia.

Cukierki, miętowe, pastylki, gumy rozpuszczalne, dropsy, a także pasty do mycia zębów, płyny czy nici dentystyczne – to właśnie te produkty pomagają w dbaniu o higienę jamy ustnej w ciągu dnia. Gummy do żucia należą jednak do najpopularniejszych z tej kategorii. Jak się okazuje, poza aspektem higieny jamy ustnej, gumy posiadają inne, korzystne właściwości jej żucia – neutralizują bowiem pH w jamie ustnej, wzmacniają szkliwo, oczyszczają oddech, redukują stres, zmniejszają lęk

i poprawiają koncentrację. Czy warto zainwestować w tę kategorię? Z pewnością tak!

## Różnorodność odświeżenia

Łukasz Lubartowski prowadzi typowy osiedlowy sklep spożywczy w Olsztynie. Dla niego kategoria gum do żucia jest bardzo ważna, ponieważ wykazuje ona dużą rotację na półce. Do produktów, które są najpopularniejsze w jego sklepie w kategorii „świeżego oddechu” zalicza wszystkie rodzaje gum:



Łukasz Lubartowski,  
właściciel  
Sklep u Filipa  
ul. Poprzeczna 1a, Olsztyn

## Z OFERTY PRODUCENTA

### WRIGLEY POLAND

Orbit Peppermint



Orbit  
Spearmint



Orbit White  
Spearmint

### PERFETTI VAN MELLE POLSKA

Mentos Mint



Mentos Pure Fresh



**W NOWEJ ODSŁONIE**



**DLA ZDROWYCH  
I CZYSTYCH ZĘBÓW**



**Czy masz już  
nowe produkty  
na swoim stoleżu?**

**WRIGLEY**  
*specje od kasy.*

# Kategorie produktów

## Z OFERTY PRODUCENTA

### MONDELEZ POLSKA

Halls Menthol-Lyptus



### MIESZKO

Cukierki Miętowe Minty



Eukaliptus Cukierki z Miętą i Eukaliptusem

### COLGATE-PALMOLIVE POLAND

Maximum Cavity Protection Fresh Mint



**Nina Belka**, ekspedientka  
Przedsiębiorstwo Handlowo-  
-Usługowe  
ul. Pułku Piechoty 5  
Włocławek

## zdaniem PRODUCENTA

### Mirosława Stroka

Specjalista ds. Marketingu  
Mieszko Services

Są sytuacje, w których świeży oddech to podstawa: ważne spotkanie, podrażnienie po papierosie, stres czy podrażnione, suche gardło... Zdarza się, że potrzebujemy pewności siebie w trudnej sytuacji i szukamy na szybko czegoś, co odświeży nasz oddech i ukoi nasze gardło. By móc korzystać z życia pełną piersiową powstały małe, poręczne formaty. Idealnym ratunkiem jest nasz drops Eukaliptus, który poza poręczną formą jest smaczny i łączy w sobie kojące działanie olejków eukaliptusa z miętowym odświeżeniem. Idealny, jeśli chodzi o komfort naszego gardła.

Orbit, Winterfresh, Airwaves, drażetki Tic Tac i Mentosy, cukierki Halls, dropsy miętowe i lodowe. Wśród gum najlepiej sprzedają się Orbit zielone w drażetkach. Klienci, którzy po nie sięgają, to przeważnie osoby w wieku 20-30 lat. Jeśli chodzi o Tic Tac – najlepiej sprzedają się te o smaku pomarańczowym, które są kupowane zwykle przez najmłodszych klientów. Bardzo popularne są również cukierki i landrynki (w dropsach i torebkach) marki Goplana i Mieszko. Mentosy owocowe mają swoją grupę nabywców jaką są dzieci, miętowe natomiast – osoby dorosłe. Jeżeli chodzi o pasty do mycia zębów, to dostępne są w sklepie marki Colgate i Colodent.

Uzupełnienie stanowią szczoteczki do zębów. Jak zauważa pan Łukasz, produkty „miętowe” kupowane są zdecydowanie częściej przez kobiety, niż przez mężczyzn. Kolejną zależność jaką zauważa jest fakt, że produkty odświeżające oddech bardzo często kupowane są przez osoby dorosłe łącznie z papierosami.

Produkty paczkowane, a zwłaszcza cukierki, trafiają zwykle do osób starszych, które potrafią przyjąć do sklepu specjalnie dla nich. Detalista bardzo ceni sobie współpracę z przedstawicielami handlowymi zajmującymi się kategorią gum do żucia. „Współpracę z przedstawicielami producentów odbieram pozytywnie, ponieważ zdecydo-



# Wzmocnij się o każdej porze roku

GWARANCJA SMAKU

**MIESZKO**

## Czy wiesz, że...

- + Klienci coraz częściej szukają cukierków z dodatkową funkcją, szczególnie w okresie przeziębień
- + olejek eukaliptusowy to nieodzowna pomoc w leczeniu przeziębienia. Ma również działanie łagodzące i kojące
- + Mieszko jest specjalistą w produkcji cukierków o smaku eukaliptusa



# Kategorie produktów ▶

## Z OFERTY PRODUCENTA

### COLIAN

Goplana  
Minties Ice



### WAWEL

Karmelki Orzeźwiająjące



### LOTTE WEDEL

Cukierki Miętowe  
Super Mint



### MONDELEZ POLSKA

Halls Extra Strong



wanie odciążają mnie w obowiązkach. Oni dobrze wiedzą i właściwie doradzą, jaki asortyment i w jakiej ilości będzie w moim sklepie rotował najlepiej, co oczywiście przełoży się na moje zyski” – dodaje właściciel.

## Odpowiednia ekspozycja

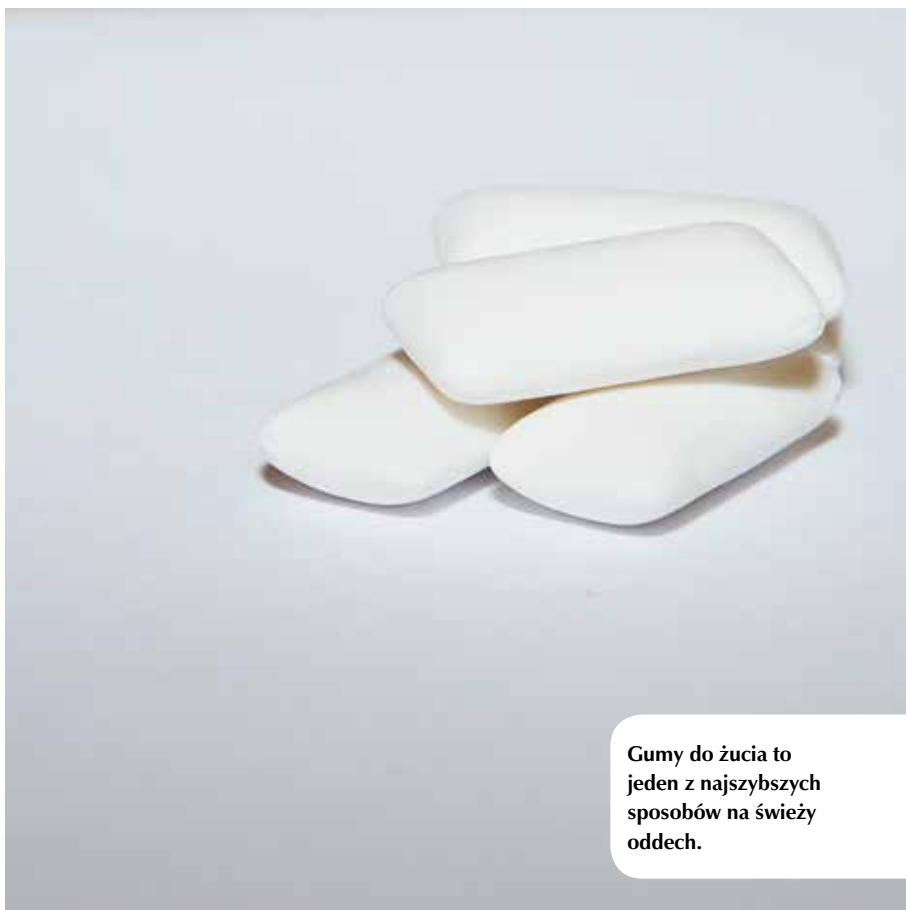
Pani Nina Belka – ekspedientka w sklepie spożywczym we Włocławku potwierdza również wysoką sprzedaż produktów impulsowych odświeżających oddech. Tu również dostępne są produkty takie jak: gummy do żucia, cukierki Halls, pastylki Tic Tac, cukierki miętowe orzeźwiająjące Wawel, lodowe i miętowe Wedel. Na półce znajdują się również cukierki Eukaliptus Mieszko – zarówno w dropsach, jak i torebkach. „Klienci nie przychodzą po takie produkty specjalnie – większość z nich nabywanych jest pod wpływem impulsu, przy okazji innych zakupów” – informuje pani Nina.

„W porównaniu do produktów owocowych, te miętowe osiągają wyższą sprzedaż.

Prawdopodobnie jest to spowodowane tym, że większość klientów odwiedzających nasz sklep to młodzież i osoby dorosłe” – dodaje detalistka. Pani Belka uważa też, że produkty tego rodzaju powinny być wyeksponowane w pobliżu kasy. „Istotne jest, aby ceny były dobrze widoczne. Najlepiej sprzedają się oczywiście artykuły ustawione na wysokości wzroku klienta” – informuje Nina Belka. Jeśli chodzi o profil zakupowy, to produkty „miętowe” kupowane są najczęściej przez pełnoletnie osoby, pragnące odświeżyć oddech w ciągu dnia – w pracy czy w szkole.

Higiena jamy ustnej ma bardzo istotne znaczenie w życiu każdego z nas, dlatego też produkty wspomagające utrzymanie świeżego oddechu w każdym sklepie rotują bardzo dobrze. Ich obecność w ofercie sklepu może wpływać korzystnie na zwiększenie koszyka zakupowego, szczególnie w tej ostatniej fazie – czyli już przy kasie. Pasty do mycia zębów, płyny do płukania jamy ustnej, czy nici dentystryczne z pewnością ucieszą wielu klientów.

**Monika Kociubińska**



Gummy do żucia to jeden z najszybszych sposobów na świeży oddech.



**BIG-ACTIVE**

**DOPEŁNIENIE**  
dobrych chwil

**PRZYGOTUJ SIĘ NA BIG ZYSKI!**

REKLAMA **BIG-ACTIVE**  
PO RAZ PIERWSZY W TELEWIZJI!



TELEWIZJA



PRASA



FACEBOOK



INTERNET

# Kawiarniane smaki w domu

Optymistycznie podsumowuje 2014 rok, a w przyszłość rusza z jeszcze bardziej ambitnymi celami. Z dr. Adamem Mokryszem, członkiem Zarządu Mokate Sp. z o.o. na temat dotychczasowych wydarzeń w spółce i planów na 2015 rok, rozmawia Tomasz Pańczyk.



## Co sprawia, że firma Mokate z roku na rok rozwija się coraz intensywniej?

Doświadczenie, nowe pomysły na rozwój biznesu oraz właściwi ludzie tworzący zgrane zespoły – to w dużej mierze te czynniki pozwalają nam z roku na rok osiągać coraz lepsze wyniki zarówno w sprzedaży krajowej, jak i na rynkach zagranicznych. Co więcej dzięki nim jesteśmy pionierami we wdrażaniu innowacji produktowych. Przykłady można mnożyć, ale do naszych największych sukcesów należy stworzenie trójwarstwowej latte z serii Moje Inspiracje, która przebojem zdobyła rynek nie tylko w Polsce, ale i poza jej granicami. Produkt ten wykorzystuje nowatorski sposób pakowania w tzw. duo-saszetkę, co umożliwia przyrządzenie w domu, bez użycia ekspresu, trójwarstwowej kawy latte w nie więcej niż pięć minut.

## Czy ubiegły rok był pełny wyzwań dla firmy? Jakie kwestie – inwestycje, rozwój

## produktów, eksportu można wpisać na listę sukcesów Mokate w 2014 roku?

Marka Mokate w 2014 roku zmieniła się dla swoich klientów. Poprzez stworzenie nowego wizerunku „Caffetteri Mokate”, przenosimy kawiarniane smaki prosto do polskich i europejskich domów. Nasza firma jest bowiem ekspertem od kawiarnianych przyjemności w domu.

Wiele zaangażowania włożyliśmy w inwestycję związaną z budową trzeciej wieży rozpyłowej. Nasze portfolio wzbogaciło się o nowe produkty B2B, w tym bazy tłuszczowe oraz produkty vendingowe. Cieszą nas wzrosty sprzedaży i 100-procentowe wykorzystanie mocy produkcyjnych naszych wież w zaledwie kilka miesięcy od uruchomienia inwestycji.

Duży wzrost sprzedaży eksportowej Mokate, zaangażowany zespół, nowe inwestycje, umacnianie pozycji marek, a także wiele innowacji – to wszystko pozwala z optymizmem podsumować rok i ruszyć w 2015 z jeszcze bardziej ambitnymi celami. Bo wszyscy w Mokate lubimy wyzwania.

## Jaki wpływ na rozwój portfolio firmy miały inwestycje w innowacje technologiczne?

Innowacyjność, to jeden z czterech głównych filarów działalności zagranicznej naszej firmy. Pozostałe to dywersyfikacja oferty, budowanie synergii między produktami dla rynku detalicznego i B2B oraz na budowanie w każdym kraju sieci sprzedaży w oparciu o lokalny personel. Inwestycje w innowacyjne technologie przede wszystkim pozwoliły na jeszcze skuteczniejsze odpowiadanie na potrzeby rynku B2B i B2C, a co za tym idzie, także na wzrost przychodów. Ponadto znacząco wzrosła nasza konkurencyjność.

## Jaka jest obecna pozycja poszczególnych brandów Mokate na polskim rynku?

Jesteśmy liderem w kategorii cappuccino. Wartościowy udział Mokate w tym rynku wynosi dziś ok. 56 procent – to mniej więcej 10-krotnie więcej niż wicelider w tej kategorii, nie licząc marek własnych (Mokate za Nielsen – Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska,

sprzedaż wartościowa w okresie sierpień '13 – lipiec '14 w kategorii cappuccino). Stale umacniamy się w tym segmencie i jako jego lider przyczyniamy się do wzrostu jego wartości. Stworzyliśmy m.in. linię cappuccino wyróżniającą się gęstą, kremową i białą pianką, którą uzyskaliśmy poprzez zastosowanie innowacyjnego procesu produkcji kawy.

*Mocnymi i dynamicznie rozwijającymi się segmentami rynku kawowego będą kawy ziarniste i kapsuły.*

Ponadto zajmujemy obecnie drugie miejsce na rynku w kategorii miksów kawowych oraz – razem z Lavazzą – jesteśmy numerem jeden w kawach ziarnistych. W herbatach, na podium znajduje się nasza marka Minutka, a jej czarna odmiana w opakowaniu zawierającym 100 torebek to najchętniej kupowana herbata w naszym kraju (Mokate za Nielsen – Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska, sprzedaż ilościowa w okresie DJ-AS 2014 w kategorii herbat, rynek z wyłączeniem marek własnych). Ponadto z roku na rok na popularności zyskuje marka premium LOYD, która systematycznie zwiększa swoje udziały w rynku, a także w firmowym eksporcie.

#### **Jak w 2015 roku w Polsce będzie rozwijał się rynek kawy i herbaty?**

Mocnymi i dynamicznie rozwijającymi się segmentami rynku kawowego będą kawy ziarniste i kapsuły. Za dalszymi wzrostami tych kategorii przemawia coraz większa popularność ekspresów do kawy. Jest ich coraz więcej i są coraz tańsze, można je kupić również

przez Internet. Dzięki temu konsumenci nauczyli się kupować kawę ziarnistą do domu. Z kolei rozwojowi kapsuł sprzyja coraz szybszy tryb życia – prostota i czas podania, czyni ten produkt bardzo atrakcyjnym. Na rynku pojawia się też coraz więcej systemów kawowych, co powoduje obniżanie cen i zwiększenie dostępności. W przypadku herbat, widoczne

wzrosty powinny kontynuować herbaty owocowe i ziołowe, które systematycznie zabierają udziały w rynku herbacie czarnej. Kawa i herbata są produktami pierwszej potrzeby i perspektywy ich rozwoju są w mojej ocenie optymistyczne.

#### **Sprzedaż produktów Mokate w ponad połowie odbywa się poza granicami Polski. Czy udział eksportu będzie się zwiększał?**

W minionym roku, który był dla nas wyjątkowy, zwiększyła się nie tylko liczba krajów, do których sprzedajemy nasze produkty, ale także dynamika eksportu oraz jego udział w przychodach grupy Mokate. Z roku na rok te liczby będą rosły. Przewagę na rynkach międzynarodowych budujemy poprzez jakość i innowacyjność naszych produktów. Tworzymy produkty i aplikacje często nazywane przez naszych eksportowych klientów „tailor-made”, czyli skrojone na miarę. Kreujemy dla nich produkty i doradzamy w jakich aplikacjach mogą zastosować nasze surowce dla przemysłu spożywczego.

#### **Plany do zrealizowania na 2015 rok, to...**

... polepszenie i tak doskonałych już wyników sprzedażowych i eksportowych. W nadchodzącym roku duży nacisk położymy na tak dobrze przyjęte przez klientów w Polsce i za granicą innowacje produktowe, takie jak np. specjalności kawiarniane oraz herbaty LOYD w piramidkach, a także przekąski śniadaniowe Yogo Crunch. Istotnym kanałem, który stale rozwijamy, będzie również vending. Jesteśmy obecnie czołowym polskim i europejskim producentem produktów do automatów serwujących gorące napoje.

#### **Czy na Święta Wielkiej Nocy Mokate proponuje konsumentom coś wyjątkowego?**

Będziemy prowadzić intensywne działania marketingowe nowości produktowych, które niedawno wprowadziliśmy do naszej oferty. A tych nie brakuje. Stworzyliśmy chociażby linię cappuccino wyróżniającą się gęstą, kremową i białą pianką, którą uzyskaliśmy poprzez zastosowanie innowacyjnego procesu produkcji kawy. Kontynuujemy również rozwój serii specjalności kawiarnianych pod marką Caffetteria Mokate. Uznanie klientów zdobyły dwie nowe czekolady – biała i mleczna z pomarańczą.

#### **Jaka jest wizja Mokate w perspektywie kolejnych kilku lat?**

Będziemy rozwijać się i zdobywać kolejne światowe rynki. Nie wykluczamy także dalszej dywersyfikacji naszej działalności. Skorzystamy przy tym ze wszystkich atutów firmy rodzinnej, którą jesteśmy od początku powstania Mokate, aby stać się przedsiębiorstwem międzynarodowym.

**Dziękuję za rozmowę.**



# Jak sprostać oczekiwaniom Pokolenia C?

W terminologii marketingu & shopper marketingu co chwilę pojawiają się nowe definicje. Karolina Karolczak, Dyrektor Marketingu Handlowego, Agros-Nova Holding opowiada o jednym z pojęć, które stało się ostatnio modne – Pokolenie C – nowa generacja konsumentów.



## **Pokolenie C – co o nich wiemy?**

Razem z pojawieniem się smartfonów, społeczności online i nieograniczonego dostępu do Internetu wyrosło nowe pokolenie konsumentów. Nowe pokolenie nie widzi granic między światem online i offline (czyli światem realnym a wirtualnym). Konsument C może funkcjonować tylko dzięki Internetowi, który jest dla niego codziennym składnikiem życia.

## **Czyli konsument C to głównie młodzież i nastolatki?**

Konsument C to stan umysłu, którego nie determinuje metryka. Bez względu na wiek, jego styl życia kształtuje smartfon i wszystkie mobilne rozwiązania. Nie uczy się jak z nich korzystać, bo jest digital nativem, ukształtowanym już przez technologię. To dzięki temu jako cyfrowy konsument mierzy offline i kupuje online. „Spottuje”, „postuje”, „czeki-

nuje”. Dzieli swoją uwagę na wiele ekranów (multiscreening). Poznaje ludzi w Internecie i tam też utrzymuje z nimi relacje. Tam tworzy swoją rzeczywistość.

## **Jak się z nimi komunikować, żeby chcieli słuchać?**

Pokolenie C żyje na świeczniku. Lubi być pierwsze, jest aktywne, wyznaje hedonizm. Oferta skierowana do nich powinna być specjalna, wyróżniać się – miejsce zakupu oraz oferta asortymentowa dedykowana do konsumenta stanowi klucz do komunikacji z nim.

## **Czego oczekuje konsument C?**

Po pierwsze partnerstwa – na równi z wielkimi korporacjami konsumenci chcą mieć wpływ na to, jak produkt będzie wyglądał, jakie będzie posiadał cechy. Nie bez powodu do łask wracają marki znane konsumentowi

od dzieciństwa, lokalne firmy, które słuchają głosu społeczeństwa i niemal natychmiast mogą odpowiedzieć na jego potrzeby. Każdy z nas ma swój ulubiony sklep, którego właściciel wsłuchuje się w potrzeby lojalnych klientów.

## **I co teraz?**

Komunikacja z klientami C nie musi budzić strachu przed nieznanym. Wystarczy zwrócić uwagę na to, co mamy na wyciągnięcie ręki. Dla nowej generacji liczy się unikatowość, chęć przeżycia czegoś wyjątkowego, łapania momentów i przynależenia do grupy. Nie próbujmy tylko oszukiwać. Konsument C jest czujny i wymaga więcej – oczekuje od marki zaangażowania i ludzkiej twarzy. Chce doświadczać!

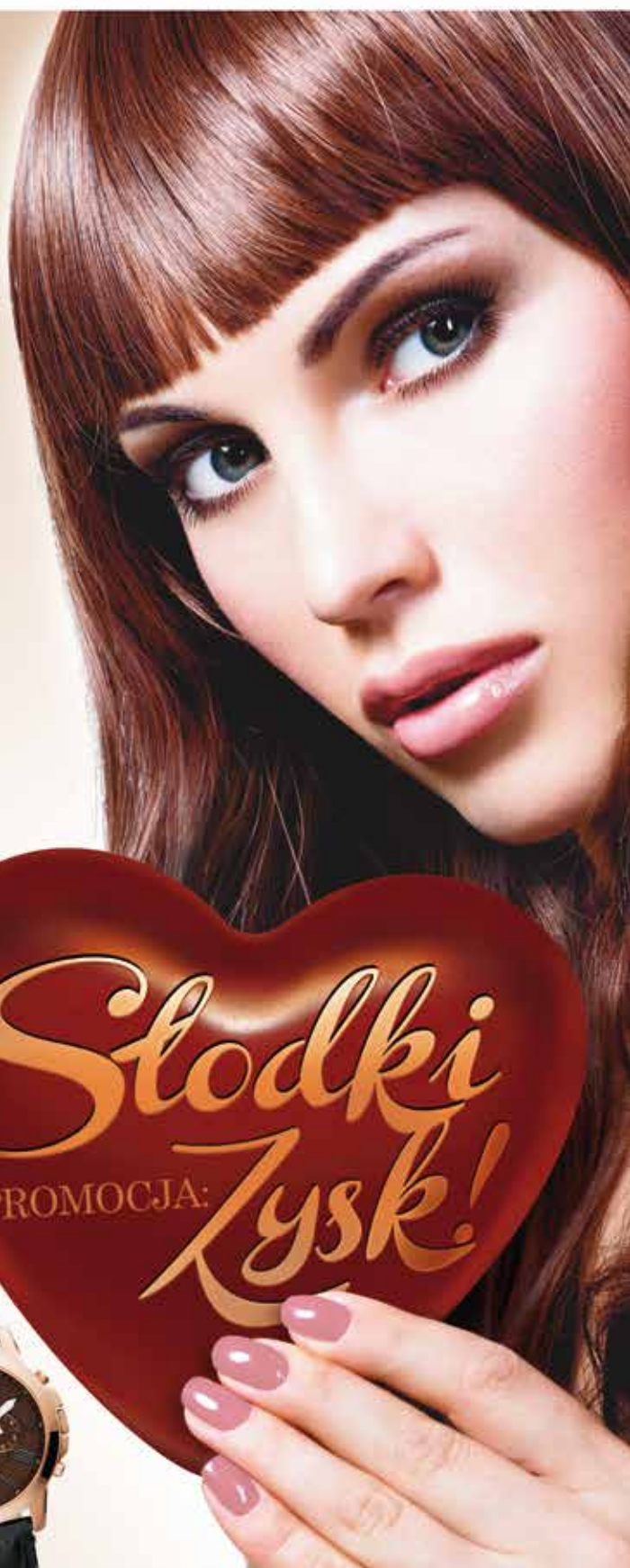
## **Dziękuję za rozmowę.**

Monika Dawiec

KORZYSTAJ  
Z OKAZJI...

**KUPUJ  
CIASTKA ORAZ SŁODYCZE  
I WYGRYWAJ!**

**30 WYCIECZEK  
DO BELGII**



DODATKOWO  
W KAŻDEJ HURTOWNI:  
**BONY NA ZAKUPY**

**EUROCASH**  
CASH & CARRY  
**300 pln**  
**200 pln**

**ZEGAREK  
FOSSIL**



SPONSORZY GŁÓWNI:



PROMOCJA TRWA OD 19.01 DO 04.04.2015. SZCZEGÓŁY U KIEROWNIKA TWOJEJ HURTOWNI EURO CASH & CARRY ORAZ NA HURTOWNIE.EUROCASH.PL  
\*Przedstawione zdjęcia mają charakter poglądowy i mogą nieznacznie różnić się od rzeczywistego wyglądu nagród. Wszelkie szczegóły określa regulamin promocji, który dostępny jest u Kierownika Hurtowni i na hurtownie.eurocash.pl

Prezentacja ▶

# Firma Helix zaprasza do współpracy!

Determinacja, pracowitość, zaangażowanie, wytrwałość – określenia te świetnie charakteryzują Tomasza Bryczkowskiego – założyciela i prezesa firmy Helix, która w ostatnich latach osiągnęła pozycję jednego z liderów w branży FMCG w Polsce.



**Tomasz Bryczkowski**  
– założyciel i prezes firmy Helix.

Pan Tomasz doświadczenie w handlu zdobywał przez wiele lat. Swoją przygodę z branżą FMCG rozpoczął pracą w korporacji Coca-Cola. Nikt się nie spodziewał, że początkujący przedstawiciel handlowy tak szybko może wspinać się po szczeblach kariery. Po czterech latach owocnej pracy opuścił firmę jako Regionalny Sprzedawca na Rynek Wielkopolski i Zachodnio-Pomorski.

Od 2000 do 2008 roku Tomasz Bryczkowski zajmował stanowisko Dyrektora Generalnego wiodącej w ówczesnym czasie hurtowni Timret. W czasach jego pracy, firma którą zarządzał stała się jedną z największych hurtowni w branży FMCG w Polsce.

Po pełnych sukcesów latach pracy w firmie Timret zdecydował się na kolejny odważny krok w swojej karierze – otwarcie własnej działalności. Firma Helix korzenie ma w Poznaniu – rodzinnym mieście pana Tomasza, jednak dopiero przeniesienie spółki do Warszawy przyniosło największe efekty. **Od roku 2008 Helix osiąga coraz wyższe wyniki i obecnie znajduje się wśród największych prywatnych hurtowni na rynku polskim.**

Kilka lat działalności Helixa to pasmo sukcesów. Firma szybko reaguje na zmiany na rynku stale oferując swoim klientom nowe produkty. Pan Tomasz wykorzystuje każdą okazję na zawarcie nowych relacji z kolejnymi partnerami handlowymi. Nawiązane do tej pory kontakty z wieloma dużymi hurtowniami i sklepami w Polsce owocują coraz wyższymi obrotami firmy.

Tomasz Bryczkowski – przez współpracowników i kontrahentów postrzegany jako niezwykle pomocna i życzliwa osoba, zawsze stara się zaspokoić potrzeby swoich klientów. Wykorzystuje każdą minutę na to, by znaleźć nowe możliwości rozwoju. Znakomite umiejętności interpersonalne sprawiły, że nawiązuje też przyjazne kontakty ze swoimi współpracownikami, dzięki czemu praca stała się jego drugim domem.

Handel stał się pasją pana Tomasza, którą zaraża wszystkich wokół siebie. Jego syn Damian poznaje tajniki zawodu pracując na magazynie. Wszyscy, którzy rozpoczynają przygodę z branżą FMCG, pod okiem pana Tomasza szybko zdobywają doświadczenie i stają się wykwalifikowanymi handlowcami.

Tomasz Bryczkowski to człowiek, który z pasją podchodzi do swojej pracy, dzięki czemu firma z każdym rokiem, a nawet miesiącem znajduje nowe możliwości rozwoju. **Helix to firma, która każdego klienta traktuje indywidualnie. To hurtownia z perspektywami, której źródłem sukcesu są dobre relacje z klientami.**



Tomasz Bryczkowski to człowiek, który z pasją podchodzi do swojej pracy.



Syn pana Tomasza – Damian poznaje tajniki zawodu pracując na magazynie.





# LIDER USŁUG TARGOWYCH ZAPRASZA

## TARGI SPOŻYWCZE W 2015 ROKU

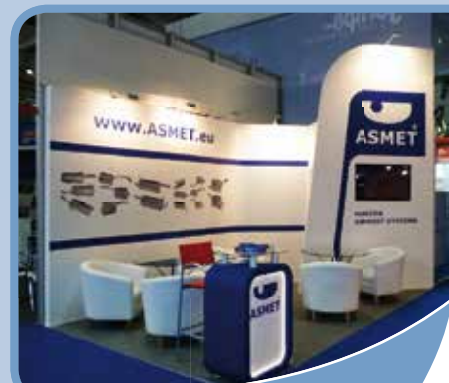
BELAGRO	BIAŁORUŚ	MIŃSK	2-6 czerwca
ALIMENTARIA MEXICO	MEKSYK	MEKSYK	3-5 czerwca
SIAL BRAZIL	BRAZYLIA	SAO PAULO	9-11 czerwca
SIAL ASEAN	FILIPINY	MANILA	17-19 czerwca
SUMMER FANCY FOOD SHOW	USA	NOWY JORK	28-30 czerwca
PLME DUBAJ	ZJEDNOCZONE EMIRATY ARABSKIE	DUBAJ	wrzesień
WORLD FOOD (GIDA)	TURCJA	ISTAMBUŁ	3-6 września
ANNAPORNA – WORLD OF FOOD INDIA	INDIE	MUMBAI	14-16 września
WORLD FOOD	ROSJA	MOSKWA	14- 17 września
BIOFACH AMERICA	USA	BALTIMORE	17-19 września
FINE FOOD AUSTRALIA	AUSTRALIA	SYDNEY	20-23 września
ANUGA	NIEMCY	KOLONIA	10-14 października
WORLD FOOD	UKRAINA	KIJÓW	27-29 października
SWEET & SNACK MIDDLE EAST	ZJEDNOCZONE EMIRATY ARABSKIE	DUBAJ	27-29 października
SEAFEX	ZJEDNOCZONE EMIRATY ARABSKIE	DUBAJ	27-29 października
THE SPECIALITY FOOD FESTIVAL	ZJEDNOCZONE EMIRATY ARABSKIE	DUBAJ	27-29 października
INDAGRA FOOD & DRINK	RUMUNIA	BUKARESZT	28 października – 1 listopada
WORLD FOOD	KAZACHSTAN	AŁMATY	4-6 listopada
FHC CHINA	CHINY	SZANGHAJ	11-13 listopada
PROWINE CHINA	CHINY	SZANGHAJ	11-13 listopada
TEA & COFFEE CHINA	CHINY	SZANGHAJ	11-13 listopada
MEAT CHINA	CHINY	SZANGHAJ	11-13 listopada
SIAL INTERFOOD	INDONEZJA	DZAKARTA	11-14 listopada
INTERFOOD & DRINK	BUŁGARIA	SOFIA	11-14 listopada
PLMA CHICAGO	USA	CHICAGO	15-17 listopada
WORLD OF FOOD	CHINY	PEKIN	18-20 listopada
SWEETS & SNACKS CHINA	CHINY	PEKIN	18-20 listopada
PLMA SZANGHAJ	CHINY	SZANGHAJ	25-27 listopada
SIAL MIDDLE EAST	ZJEDNOCZONE EMIRATY ARABSKIE	ABU DHABI	7-9 grudnia
MIDDLE EAST NATURAL & ORGANIC	ZJEDNOCZONE EMIRATY ARABSKIE	DUBAJ	grudzień

ZWYCIĘZCA



Nagroda Kupców Polskich  
Złoty Paragon  
2011

W KATEGORII  
NAJLEPSZY  
ORGANIZATOR TARGÓW  
SPOŻYWCZYCH  
ZA GRANICĄ



**NOWY  
KONKURS**

# *Opowiedz nam swoją*

## **HISTORIE**

### Zasady konkursu:

- Napisz krótki zarys swojej historii związanej z handlem i prześlij do naszej redakcji na e-mail: [konkurs@hurtidetat.pl](mailto:konkurs@hurtidetat.pl).
- Jeżeli Twoja historia nas zainteresuje, przyjedziemy do Ciebie i na miejscu zrobimy reportaż, który następnie opublikujemy na łamach miesięcznika Hurt & Detal.
- Publikacja reportażu zostanie nagrodzona kwotą 1.000 zł.
- Spośród opublikowanych reportaży zwycięzcę konkursu wyłonimy w drodze losowania.
- Laureat otrzyma nagrodę główną w wysokości 5 000 złotych, którą wręczymy podczas uroczystej gali „Złoty Paragon 2016”.

Zapraszamy zatem do przesyłania ciekawych historii do naszej redakcji.

**hurt&detal**



Zarządzanie Kategorią ▶

# Zarabiaj na śledziach!



Ziemowit Walczak  
Kierownik ds. Marki Produkty Rybne  
Lisner

## Trendy rynkowe w kategorii rybnej

Na poziom konsumpcji ryb w Polsce wpływ ma przede wszystkim obowiązujący powszechnie model odżywiania się oraz przyzwyczajenia związane z tradycją religijną. Zgodnie z nimi podstawą diety przeciętnego Polaka jest mięso i jego przetwory (spożycie mięsa waha się w ostatnich latach na poziomie ok. 70-75 kg/mieszkańca). Ryby stanowią relatywnie niewielkie uzupełnienie (ok. 40% rocznej konsumpcji ryb przypada na okres Świąt Bożego Narodzenia oraz Wielkiego Postu: marzec-kwiecień). W strukturze spożycia dominują ryby morskie, ale ich udział systematycznie maleje, ustępując miejsca szybko rosnącej podaży ryb słodkowodnych. Do 2005 roku udział ryb morskich w spożyciu ogółem wynosił 85-88%, obniżając się w 2008 r. do 70%. Niewielkim uzupełnieniem menu rybnego są owoce morza. W 2013 r. udział ryb morskich wyniósł 76%, ryb słodkowodnych 22%, a owoców morza 2%.

## Sezonowość sprzedaży

Przetwory śledziowe to wciąż bardzo zyskowna kategoria, która po okresie długotrwałego spadku, zaczyna odnotowywać wzrost. Według danych Nielsen'a jej wartość to ponad 460 mln zł, choć charakteryzuje ją bardzo wyraźna sezonowość. Sprzedaż przetworów śledziowych zaczyna rosnąć od września, najwyższy poziom osiągając w grudniu. Zwiększony popyt sprzedaży utrzymuje się do Wielkanocy. Oznacza to, że w okresie sześciu jesienno-zimowych miesięcy, przez kasy sklepów przechodzi ok. 60% rocznego wolumenu tej kategorii.





## Zachowania konsumentckie

Jak na lidera kategorii przystało, Lisner ma w ofercie szeroki wybór przetworów śledziowych trafiających w gusty Polaków. Firma intensywnie wspiera markę w mediach, co daje widoczne rezultaty w postaci wzrostu zainteresowania konsumentów. To zaś daje detalistom gwarancję, że stawiając na markę Lisner, będą w stanie usatysfakcjonować każdego klienta. Osoby samodzielnie przygotowujące dania śledziowe chętnie sięgną po Matjasy w oleju lub zalewie solnej. Zapracowani będą poszukiwać filetów w sosach. Dla tych klientów firma ma do zaproponowania filety w klasycznym sosie śmietanowym oraz ciekawe i unikalne na rynku smaki: filety w sosie śmietanowym z grzybami oraz z buraczkami.

Wielbiciele tradycyjnych smaków łakomie zerkną na marynaty olejowe i octowe. Lisner daje im tu do wyboru Wiejskie filety śledziowe w różnych odsłonach oraz bardziej nowoczesne w formie podania przekąski, jak hit rynkowy – Śledzik na raz. To pierwszy typowo impulsowy produkt w kategorii śledziowej.

Lisner radzi, żeby w okresie przedświątecznym detaliści szczególnie pieczołowicie zadbali o obecność w ofercie trzech produktów marki Lisner: filetów śledziowych w sosie śmietanowym, Wiejskich filetów śledziowych w oleju z cebulką oraz Matjasów. Ten asortyment powinien być obowiązkowo dostępny w każdym sklepie spożywczym. Dodatkowo Lisner proponuje w okresach największego zainteresowania kategorią szereg promocji, na przykład więcej produktu w tej samej cenie. Warto lepiej wyeksponować promocyjne opakowania, gdyż w okresie świątecznym rotują zdecydowanie lepiej od oferty standardowej.

## Porady dla Detalisty

W ofercie sklepu nie może zabraknąć produktów lidera danego segmentu, ponieważ to właśnie one będą najszybciej rotować. I tak w przypadku kategorii śledzia – na półce powinna znaleźć się marka Lisner.

W przypadku produktów chłodzonych, największym kłopotem dla detalistów jest właściwy dobór portfolio produktów i ich ekspozycja na półce. Błędem jest, kiedy produkty śledziowe „wciśnięte” są w narożniki lodówek w nadziei, że i tak poszukujący klienci je znajdą. Tymczasem warto pokusić się o mały eksperyment i stworzyć z produktów pion ekspozycyjny, obejmujący wszystkie półki lodówki, po kilka „face’ów” (ok. 3-5) na każdej z nich.

Warto zadbać też o oświetlenie, które pomoże klientom odnaleźć to, czego szukają. Na każdej z półek powinny znajdować się produkty z jednej grupy. Przykładowo: na najwyższej – Matjasy, na wysokości wzroku – przekąski rybne w małych opakowaniach, np. Śledzik na raz. Niżej – filety śledziowe w sosach, najniżej – produkty w słojach (marynaty olejowe i octowe). Tak stworzony mix produktów będzie najpełniejszą odpowiedzią na potrzeby klientów, jednocześnie tworząc widoczną poprzez swoją kolorystykę i powtarzalność charakteru opakowania ekspozycję.

Pamiętajmy też, że zanim umieścimy produkty na półce, warto pokusić się o ich degustację. Każdy detalista powinien wiedzieć co sprzedaje, aby móc doradzić niezdecydowanym klientom.



Reportaż ►

# Targi ISM w Kolonii

## – rekordowa edycja dla polskich producentów słodczy

W dniach 1-4 lutego 2015 roku w niemieckiej Kolonii odbywały się Międzynarodowe Targi Słodczy ISM. Była to 45 – rekordowa pod względem liczby polskich wystawców – edycja, bowiem swoje produkty zaprezentowało aż 66 firm z nad Wisły. Poprzednie edycje ISM przyciągały zwykle mniej niż 50 wystawców.

Tradycyjnie już, na targach dostępny był – na własnym stoisku prasowym – najnowszy numer magazynu Food from Poland.



Na powierzchni wystawienniczej ponad 110 tys. mkw. swoje najnowsze produkty z kategorii słodczy zaprezentowało 1 513 wystawców z 65 krajów. 85% wystawców przyjechało do Kolonii spoza Niemiec. Kolońskie targi odwiedziło ponad 37 tys. zwiedzających ze 141 krajów świata.

Równoległe z Targami ISM odbywały się Targi Technologii Spożywczej ProSweets, które przyciągnęły ponad 17 tys. zwiedzających z 78 krajów świata.

Według wystawców, poziom odwiedzających był niezwykle wysoki, ponieważ gro stanowili profesjonalści z branży słodczowej i handlowcy, zainteresowani prezentowanymi produktami. Potwierdza to również organizator, na podstawie wypełnianych kwestionariuszy oraz rejestracji gości.

Również polscy wystawcy wyjechali z Kolonii pełni optymizmu, twierdząc, że były to dla nich bardzo udane targi i na pewno wrócą tu za rok. Następna edycja Targów ISM odbędzie się w dniach 31.01-03.02.2016 r.



zdjęcia: Redakcja



### Zbycie składników majątku – przychodem z działalności

Z obowiązujących do 31.12.2014 r. przepisów wynikało, że przy sprzedaży składnika majątku przychód z działalności gospodarczej powstaje wówczas, gdy składnik ten widniał w ewidencji środków trwałych oraz wartości niematerialnych i prawnych. Taką konstrukcję przepisu wykorzystywali podatnicy, którzy zbywali składniki majątku niewprowadzone do ewidencji środków trwałych, a przychód uzyskiwany z tej transakcji traktowali jako prywatny. Częstokroć umożliwiało to uniknięcie opłacenia podatku w ogóle.

Po zmianie art. 14 ust. 2 pkt 1 updo stanowi, że przychodami z działalności gospodarczej są przychody z odpłatnego zbycia składników majątku będących:

- a) środkami trwałymi albo wartościami niematerialnymi i prawnymi, podlegającymi ujęciu w ewidencji środków trwałych oraz wartości niematerialnych i prawnych,
- b) składnikami majątku, o których mowa w art. 22d ust. 1, z wyłączeniem składników, których wartość początkowa ustalona zgodnie z art. 22 g nie przekracza 1 500 zł,
- c) składnikami majątku, które ze względu na przewidywany okres używania równy lub krótszy niż rok nie zostały zaliczone do środków trwałych albo wartości niematerialnych i prawnych,
- d) składnikami majątku stanowiącymi spółdzielcze prawo do lokalu użytkowego lub udział w takim prawie, które zgodnie z art. 22n ust. 3 nie podlegają ujęciu w ewidencji środków trwałych oraz wartości niematerialnych i prawnych wykorzystywanych na potrzeby związane z działalnością gospodarczą lub przy prowadzeniu działów specjalnych produkcji rolnej, z zastrzeżeniem ust. 2c.

### Elektroniczne zeznania

Nowelizacja ustawy nakłada na podatników/płatników obowiązek przekazywania administracji podatkowej informacji o dochodach podatników wyłącznie drogą elektroniczną. Zwolnione z tego obowiązku są podmioty, które takie dane sporządzają dla maksymalnie 5 osób. Zgodnie z ustawą każdy podatnik będzie miał własne konto w systemie informatycznym e-podatki, tworzonym przez Ministerstwo Finansów. Tam dostępne są wstępnie wypełnione zeznania PIT. Poza tym, w myśl nowelizacji, płatnicy mogą wysyłać urzędowi skarbowym zbiorczą informację o dochodach wielu podatników, podpisaną jednym podpisem elektronicznym. W przypadku płatników będących osobami fizycznymi podpis elektroniczny nie jest wymagany. Natomiast podatnicy i płatnicy podatku CIT składają zeznanie podatkowe CIT-8 oraz informacje o wysokości przychodu uzyskanego przez zagranicznych podatników IFT-2 obowiązkowo w formie elektronicznej wraz z podpisem elektronicznym.

### Ulgi na dzieci

Podwyższeniu uległy ulgi na dzieci o 20% na trzecie i każde kolejne dziecko. Ulga ta wzrasta już począwszy od rozliczenia za 2014 rok. Podatnicy mają też zyskać możliwość uzyskania zwrotu kwoty ulgi w części, której nie mogli odliczyć od podatku. Kwota zwrotu nie może przekroczyć kwoty składek na ubezpieczenia społeczne i zdrowotne. Przysługująca podatnikowi kwota zwrotu niewykorzystanej ulgi będzie traktowana jak nadpłata.

Uzyskany przez podatnika zwrot jest też zwolniony z podatku dochodowego.

### Kary za nieprzekazanie sprawozdania finansowego

Nieprzekazanie do urzędu skarbowego sprawozdania finansowego, opinii lub raportu podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych będzie traktowane jako wykroczenie skarbowe karane grzywną.

### Przychody i koszty

Ustawa o podatku dochodowym wprowadza liczne zmiany dotyczące m.in.:

- katalogu zwolnień przedmiotowych;
- odpłatnego zbycia składników majątku wykorzystywanych na potrzeby prowadzonej działalności gospodarczej;
- niewprowadzonych do ewidencji środków trwałych;
- uregulowania przez przedsiębiorcę zobowiązania w formie świadczenia niepieniężnego;
- odsetek od lokat tworzonych na rachunku bankowym firmy;
- podmiotów powiązanych i sporządzania dokumentacji podatkowej;
- świadczeń otrzymywanych przez klientów banku w związku z prowadzeniem rachunku bankowego tzw. cashback okresu ważności certyfikatu rezydencji;
- przychodu otrzymanego przez wspólnika spółki niebędącej osobą prawną, z tytułu wystąpienia z takiej spółki bądź jej likwidacji;
- niepodzielonych zysków w spółce przekształcanej w spółkę niebędącą osobą prawną;
- wymiany udziałów w spółkach będących osobami prawnymi;
- wkładu niepieniężnego do spółki kapitałowej w postaci komercjalizowanej własności intelektualnej.



# Terminarz księgowego – marzec 2015

Marzec

2

Poniedziałek

- przekazanie podatnikowi i urzędowi skarbowemu (urzędowi wyłącznie drogą elektroniczną) informacji o dochodach oraz pobranych zaliczkach na podatek dochodowy w 2014 r. (PIT-11);
- przekazanie podatnikowi i urzędowi skarbowemu (urzędowi wyłącznie drogą elektroniczną) informacji o wypłaconym stypendium, o przychodach z innych źródeł oraz o niektórych dochodach z kapitałów pieniężnych w 2014 r. (PIT-8C);
- przekazanie podatnikowi i urzędowi skarbowemu rocznego obliczenia podatku przez organ rentowy/informacji o dochodach uzyskanych od organu rentowego za 2014 r. (PIT-40A/11A);
- przekazanie podatnikowi i urzędowi skarbowemu (urzędowi wyłącznie drogą elektroniczną) rocznego obliczenia podatku od dochodu uzyskanego przez podatnika w 2014 r. (PIT-40);
- przekazanie urzędowi skarbowemu (urzędowi wyłącznie drogą elektroniczną) i osobie objętej ograniczonym obowiązkiem podatkowym imiennej informacji o wysokości uzyskanego przychodu (dochodu) w 2014 r. (IFT-1R)
- przekazanie do ZUS informacji o wysokości przychodów uzyskanych z pracy zarobkowej przez emerytów i rencistów w 2014 r.;
- przekazanie ubezpieczonemu informacji za 2014 r. o danych zawartych w imiennych raportach miesięcznych sporządzonych do ZUS, w podziale na poszczególne miesiące.

Marzec

9

Poniedziałek

- wpłata podatku dochodowego w formie karty podatkowej za luty 2015 r.;
- wpłata zryczałtowanego podatku dochodowego pobranego w lutym 2015 r. od należności wypłaconych zagranicznej osobie prawnej z tytułów wymienionych w art. 21 ust. 1 i art. 22 ust. 1 ustawy o pdop.;
- wpłata zryczałtowanego podatku dochodowego pobranego w lutym 2015 r. od dochodów z dywidend oraz innych przychodów z tytułu udziału w zyskach osób prawnych wypłaconych krajowemu podatnikowi CIT, a podatnikowi przekazanie informacji CIT-7.

Marzec

10

Wtorek

- wpłata składek ZUS za luty 2015 r. – osoby fizyczne opłacające składki wyłącznie za siebie;
- złożenie zgłoszenia INTRASTAT za luty 2015 r.

Marzec

16

Poniedziałek

- wpłata podatku od nieruchomości i podatku leśnego za marzec 2015 r. oraz I raty podatku rolnego – osoby prawne, jednostki organizacyjne oraz spółki nieposiadające osobowości prawnej;
- wpłata I raty podatku od nieruchomości, podatku leśnego oraz podatku rolnego – osoby fizyczne;
- wpłata składek ZUS za luty 2015 r. – pozostali płatnicy składek (z wyłączeniem osób fizycznych opłacających składki wyłącznie za siebie oraz jednostek budżetowych i samorządowych zakładów budżetowych);
- złożenie informacji podsumowującej (w wersji drukowanej) za luty 2015 r. o dokonanych wewnątrzwspólnotowych dostawach lub nabyciach towarów albo o wewnątrzwspólnotowym świadczeniu usług.

Marzec

20

Piątek

- wpłata zaliczki na podatek dochodowy od osób fizycznych i od osób prawnych za luty 2015 r.;
- wpłata pobranych w lutym 2015 r. zaliczek na podatek dochodowy od przychodów ze stosunku pracy;
- wpłata pobranych w lutym 2015 r. zaliczek na podatek dochodowy lub zryczałtowanego podatku dochodowego przez płatników, o których mowa w art. 41 ustawy o pdof.;
- wpłata ryczałtu od przychodów ewidencjonowanych za luty 2015 r.;
- wpłata na PFRON za luty 2015 r.

Marzec

25

Środa

- wpłata podatku VAT za luty 2015 r. oraz złożenie deklaracji VAT-7, VAT-8, VAT-9M, VAT-12;
- wpłata drugiej zaliczki w podatku VAT za I kwartał 2015 r. przez podatników składających kwartalne deklaracje VAT-7D;
- wpłata podatku akcyzowego za luty 2015 r. oraz złożenie deklaracji dla podatku akcyzowego;
- złożenie informacji podsumowującej (w wersji elektronicznej) za luty 2015 r. o dokonanych wewnątrzwspólnotowych dostawach lub nabyciach towarów albo o wewnątrzwspólnotowym świadczeniu usług;
- złożenie deklaracji VAT-13 za luty 2015 r. przez przedstawiciela podatkowego;

Marzec

31

- sporządzenie rocznego sprawozdania finansowego za 2014 r. w jednostce, której rok obrotowy jest zgodny z rokiem kalendarzowym;
- zgłoszenie do ZUS danych o pracy w szczególnych warunkach lub szczególnym charakterze (ZUS ZSWA);
- przekazanie (drogą elektroniczną lub w formie papierowej) urzędowi skarbowemu zeznania CIT-8 o wysokości osiągniętego dochodu (poniesionej straty) przez podatników podatku dochodowego od osób prawnych, których rok podatkowy pokrywa się z rokiem kalendarzowym;
- przekazanie (drogą elektroniczną lub w formie papierowej) przez płatnika, którego rok podatkowy pokrywa się z rokiem kalendarzowym, urzędowi skarbowemu oraz podatnikowi podatku dochodowego od osób prawnych niemającemu siedziby lub zarządu na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej informacji o wysokości uzyskanego przychodu (dochodu) IFT-2R;
- uiszczenie rocznej opłaty za użytkowanie wieczyste gruntu za 2015 r.

## Rozwiąż krzyżówkę

hasło wyślij mailem i wygraj nagrodę!

Zapisany kredą na tablicy	Tolerancyjny polityk	Pies myśliwski	Rewolwer bębnowy	17	Zwiewna tkanina	Zupka w proszku	Zręczne posunięcie	Nie posłuchał rad Dedala	Układ rubryk	Atrybut ministra	Inflacyjny lub skalny	Rozżarzona drobina
	5		Wróżba, przepowiednia			Uplywanie czasu					29	
Ptaka nocny						Dobry gust			Mieszkaniec Bilbao			
Chorobliwy fantasta	14		23			Linia pochyła		7		1	24	
Brat Kaina			6	Wysłany w koperce			Trunek domowej roboty					
					22							
									We Włoszech przed euro			Krzysztof Baranowski
Stos słomy	Dzień tygodnia	Kartka z pocztą										
Insekt		Bańniowa postać	Naczynie do kwiatów	15			Ciastko z kremem	11	Lecznice uciskanie ciała			26
			Oddział ubezpieczający wojsko		Okres dziejowy							
								27				
Ubiak do mięsa		18				Wonny związek	Bokserski zwód					
Zzera żelazo	28	Pracę wśród zwierząt		13	19	Rytm bicia serca	8					
Specjalista od DNA		12		2	Trzyma liść na lodydze							10
					16	Ogon cietrzewia		4				
Narkotykowy krzew				25	Atak szału							
											20	



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----



Makarony Barilla charakteryzują się najwyższą jakością, wypracowaną przez ponad 135 lat działalności firmy. Produkowane są z najlepszej pszenicy durum, bez której nie można stworzyć prawdziwego makaronu o cenionej powszechnie właściwości al dente. Makaron taki podczas gotowania nie skleja się, jest sprężysty i zachowuje swój kształt nawet, jeśli gotuje się go nieco za długo. Barilla to również marka sosów, które wnoszą do kuchni każdego konsumenta powiew śródziemnomorskiej tradycji. Sporządzone według najlepszych receptur, wyłącznie z naturalnych i dokładnie dobranych składników, nie zawierają konserwantów. Są idealne zarówno na specjalne okazje, jak i do codziennych, rodzinnych posiłków.

**Pierwszych 5-ciu właścicieli sklepów detalicznych, którzy prześlą rozwiązanie krzyżówki (wraz z nazwą sklepu, dokładnym adresem, numerem telefonu oraz imieniem i nazwiskiem właściciela) na nasz redakcyjny e-mail:**

**[konkurs@hurtidetal.pl](mailto:konkurs@hurtidetal.pl)**

– otrzyma zestaw z następującymi produktami: Makarony Barilla – Spaghetti, Casarecce, Farfalle, Tagliatelle;

Sosy Barilla – Pesto alla Genovese, Zucchini&Aubergine, Pecorino, Bolognese oraz minutnik, łyżka do nakładania makaronu i uchwyt do gorących garnków. Nagrody ufundowane przez: Barilla Poland Sp. z o.o.

\*Regulamin konkursu dostępny jest na stronie [www.hurtidetal.pl](http://www.hurtidetal.pl)

### LAUREACI STYCZNIOWEJ KRZYŻÓWKI

- **Zofia Kaczmarczyk** – Sklep spożywczo-przemysłowy, Wrzosów • **Dariusz Deja** – Sklep spożywczy, Gorzów Wielkopolski
- **Krzysztof Wąsik** – Sklep Basia, Świdnica • **Anna Dzierżak** – Sklep spożywczo-przemysłowy, Wilków • **Edyta Matysik** – Sklep spożywczy Mim, Chorzów

Gratulujemy osobom, które poprawnie rozwiązały krzyżówkę! Zapraszamy do udziału także w innych konkursach organizowanych przez Hurt & Detal.

Dane osobowe uczestników konkursu będą przetwarzane przez organizatora konkursu: Fischer Trading Group Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Bagno 2/218 w celu realizacji umowy przystąpienia do konkursu i jego prawidłowego przeprowadzenia. Organizator gwarantuje prawo wglądu do swoich danych osobowych oraz ich zmiany, jak równieżże zarządca zaprzestania ich przetwarzania. Podanie danych jest dobrowolne. Dane osobowe nie będą udostępniane innym podmiotom.



Dostęp do tych treści mogą mieć wyłącznie firmy zajmujące się produkcją, obrotem hurtowym oraz handlem napojami alkoholowymi.

(Ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości).



Dostęp do tych treści mogą mieć wyłącznie firmy zajmujące się produkcją, obrotem hurtowym oraz handlem napojami alkoholowymi.

(Ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości).



Dostęp do tych treści mogą mieć wyłącznie firmy zajmujące się produkcją, obrotem hurtowym oraz handlem napojami alkoholowymi.

(Ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości).



Dostęp do tych treści mogą mieć wyłącznie firmy zajmujące się produkcją, obrotem hurtowym oraz handlem napojami alkoholowymi.

(Ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości).

## **Nałęczów Zdrój**

Naturalna woda mineralna, średniozmineralizowana, niskosodowa – odpowiednia dla diety ubogiej w sód. Zamknięta w lekkiej i wygodnej butelce o pojemności 1,5 litra. Woda Nałęczów Zdrój jest dodatkowo chroniona przed wpływem czynników zewnętrznych przez znajdującą się pod nakrętką, membranę zabezpieczającą, która jest pierwszym tego typu rozwiązaniem na polskim rynku wód butelkowanych. Dzięki tej innowacji mamy pewność, że nikt przed nami nie otworzył butelki, a każda mama może być spokojna o to, że woda, którą podaje dzieciom jest stuprocentowo bezpieczna.  
[www.CISOWIANKA.pl](http://www.CISOWIANKA.pl)



Dostęp do tych treści mogą mieć wyłącznie firmy zajmujące się produkcją, obrotem hurtowym oraz handlem napojami alkoholowymi.

(Ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości).

# Nowości ▶

## Trzy nowości Animak

Marka Animak J.J. Kopcza znany klientom od 25 lat producent makaronu wprowadza na rynek trzy nowe produkty, tj. wstążki z dodatkiem szpinaku, pomidorów oraz z mąki graham (z pełnego ziarna). Nowe produkty są idealne jako samodzielne dania z sosami lub smakowite uzupełnienie dań głównych. Na każdym opakowaniu umieszczony jest ciekawy przepis. Zastosowana innowacyjna technologia produkcji gwarantuje makaron najwyższej jakości.

[www.ANIMAK-KOPCZA.pl](http://www.ANIMAK-KOPCZA.pl)



## Sertop Delisia – śniadanie dla smakoszy

Czy wyobrażasz sobie śniadanie bez sera? Nie? To dobrze! Mamy dla Ciebie ciekawą propozycję: nową Delisię marki Sertop, wyprodukowaną na bazie twarogu i pysznego masła, o delikatnej i kremowej konsystencji. Doskonale rozsmarowującą się na każdej kanapce. W wersji naturalnej oraz z dodatkiem szczypiorku i cebuli.

[www.SERTOP.com.pl](http://www.SERTOP.com.pl)



## Milka TUC, Milka LU

W tym sezonie proponuje Polakom chrupiącą nowość: słodkie herbatniki lub lekko słone krakersy otoczone naszą ulubioną czekoladą. Nowa propozycja Milki to nie tylko ciekawy smak, ale także nowy kształt tabliczek – ciasteczka znajdują się po obu stronach czekolady! Czekolady Milka TUC i Milka LU są dostępne w formie małej i dużej tabliczki: 86 g i 35 g. Większą można podzielić się z bliskimi, natomiast wersję kieszonkową możesz zabrać ze sobą wszędzie!

[www.MONDELEZINTERNATIONAL.pl](http://www.MONDELEZINTERNATIONAL.pl)



## Sery z SM Ryki w nowej odsłonie

Spółdzielnia Mleczarska Ryki wprowadziła nowe etykiety dla 11 serów żółtych w blokach. Zmieniona szata graficzna eksponuje znaną i cenioną markę Ryki, która od wielu lat jest synonimem wysokiej jakości. Odmienione etykiety podkreślają, że oferta serów z Ryki jest różnorodna, a każdy konsument znajdzie wśród nich swój ulubiony smak. Podstawowym celem wprowadzenia nowej szaty graficznej było nadanie spójnego wyglądu całej gamie ryckich serów. Nowe etykiety eksponują znaną i cenioną markę Ryki, która od wielu lat jest synonimem wysokiej jakości.

[www.SMRYKI.com.pl](http://www.SMRYKI.com.pl)



## Wielkopolski Ser Smażony firmy Frackowiak z Granowa

Unikalny produkt tradycyjny, certyfikowany w UE Chronionym Oznaczeniem Geograficznym. Mimo, że szczególnie w Wielkopolsce jest znany od bardzo dawna, w pozostałych regionach Polski bywa prawdziwą nowością. Dzięki oryginalnemu smakowi i wręcz niespotykanemu w obecnych czasach składowi (tylko twaróg i masło) staje się coraz popularniejszym dodatkiem do kanapek.

[www.FRACKOWIAK-SERY.pl](http://www.FRACKOWIAK-SERY.pl)



## Sery topione Lactima, nowy wymiar smaku

Lactima wprowadza trzy nowe smaki serów topionych do smarowania w wygodnym kubeczku 150 g – Włoskie Zioła, Hiszpańskie Przyprawy, Polskie Warzywa. Dzięki doskonale dobranym dodatkom smakowym nowe sery Lactima wyróżniają się wyrazistym i intensywnym smakiem. Znakomicie sprawdzą się w roli klasycznej kanapki, jak i serowej inspiracji w naszych kulinarnych wyzwaniach.

[www.LACTIMA.pl](http://www.LACTIMA.pl)



## Wielkanocne słodkości od Haribo

Wielkanocna propozycja Haribo to prawdziwa przyjemność dla smakoszy żelków i pianek. W tym roku Haribo proponuje sześć różnych produktów, które znakomicie wpisują się w tradycję i klimat wiosennych świąt. Haribo oferuje kolorowe Złote Zajączki (Goldhäschen), Koszyczek Wielkanocny (Osterkorb), Tańczące Pisanki (Eiertanz), Jajeczka Wielkanocne (Dragée Eier), Happy Easter, Piankę Wiosenną (Chamallows Easter) mieszanki owocowych żelków i żelko-pianek w kształcie typowych, świątecznych motywów z zajączkami, pisankami i jajeczkami.

[www.HARIBO.com](http://www.HARIBO.com)



## Czekoladowa wiosna Mieszko

Firma Mieszko przygotowała bogatą ofertę czekoladowych słodkości w szatach wiosenno-świętecznych. Elegancką linię premium tworzą bombonierki Amoretta, Magnifique, Chocoladorro, puszka Choco Amore oraz nowa bombonierka French Truffles. W wiosenny motyw została także przybrana: linia Cherrissimo Exclusive, klasyczne bombonierki: Twój Sekret, Bianca, Wiśnie w likierze oraz czekoladki rodzinne Mieszko – tradycyjne Michałki, Trufle, Kokoski, Marcepan, toffee w czekoladzie Muuuu! oraz galaretki Solo. W ofercie wielkanocnej pojawiły się także ciastka Adwokacki, sygnowane marką Artur.

[www.MIESZKO.pl](http://www.MIESZKO.pl)



## Wawel na wiosnę

Wawel, z myślą o zbliżającej się porze roku, przygotował wyjątkową ofertę okazjonalną, w której znaleźć można popularne produkty. Najnowsza oferta to słodkości w barwnych kwiatowych opakowaniach, zwiastujących wiosnę. Wśród produktów z tej linii znaleźć można czekoladę deserową, a także czekolady z nadzieniem o smaku Adwokat oraz Malaga, Tiki Taki i Kasztanki. Michałki – Klasyczne i Białe występują w formie bombonierek. Trufle, Mieszanka Krakowska, galaretki Fresh & Fruity oraz Michałki kupimy w ozdobnych torebkach. W wiosennej ofercie Wawel można również znaleźć śliwkę w czekoladzie – w ozdobnym kartoniku. Produkty dostępne będą w sprzedaży od marca 2015 roku.

[www.WAWEL.com.pl](http://www.WAWEL.com.pl)



## Merci – słodki podarunek na Dzień Kobiet

Na Dzień Kobiet firma Storck przygotowała specjalną edycję pralin merci w nowych opakowaniach ozdobionych motywem kwiatów i wstążki. Wiemy, że każda kobieta jest wyjątkowa i zasługuje na wyjątkowe podziękowania, szczególnie w dniu jej święta. Do wyboru 4 wyjątkowe, delikatnie rozplývające się w ustach kolekcje czekoladek: czerwona z wyśmienitymi pralinami w czekoladzie deserowej i mlecznej, zielona z czekoladowymi specjami z migdałami, brązowa dla wielbicieli pralin w czekoladzie deserowej, niebieska dla miłośników mlecznej czekolady. Merci, że jesteś tu.

[www.STORCK.pl](http://www.STORCK.pl)



## 3, 2, 1... Nowy Stoik

Nowe powidła śliwkowe Stovit przywodzą na myśl wspomnienie smaku domowych, babcinych przetworów. Oparte o tradycyjną recepturę powidła są najlepszym dodatkiem do karnawałowych słodkości. Powidła śliwkowe zawsze wyróżniały się na tle innych przetworów wyjątkową konsystencją i nieporównywalnym smakiem: słodcy z delikatną kwaśną nutką. Smak powideł zależy przede wszystkim od gatunku i jakości owoców wykorzystanych w ich produkcji, dlatego dbamy, aby do naszych słoiczków trafiały tylko najlepsze owoce! Powidła śliwkowe Stovit nie zawierają sztucznych barwników.

[www.STOVIT.com.pl](http://www.STOVIT.com.pl)



## RAPSOdia wypieków

W 100% czysty olej rzepakowy marki Rapso to uniwersalny produkt do stosowania w nowoczesnej kuchni. Polecany do sałatek, surówek i dipów, znajdzie zastosowanie także w tzw. ciepłej kuchni. Idealny przy smażeniu, duszeniu i gotowaniu doskonale sprawdzi się również przy pieczeniu. Olej Rapso wykazuje szczególne właściwości zdrowotne, których, co istotne, nie zmienia pod wpływem wysokich temperatur. Jego dodatkowe atuty, neutralny smak i zapach sprawiają, że z powodzeniem zastąpi masło czy też margarynę w słodkich wypiekach.

[www.VOG.pl](http://www.VOG.pl)



# Nowości ▶

## Sezonowe inspiracje

Specjalna linia przypraw i mieszanek sezonowych Kamis, promuje zdrową, pełną naturalnych składników kuchnię i stanowi inspirujące urozmaicenie codziennego menu konsumentów. Aromatycznie, rozgrzewająco, pożywnie i zawsze do syta – kuchnia Kamis jest najlepszą propozycją na ten sezon! Polecamy: Rozgrzewająca zupa porowoziemniaczana, Zapiekanka do syta, Aromatyczne sakiewki z mięsem, Pieczone połędwiczki z suszonymi pomidorami.

[www.KAMIS.pl](http://www.KAMIS.pl)



## Mieszanka węgierska Hortex

Ponoć świat odkrył kuchnię węgierską podczas międzynarodowej wystawy w Paryżu w 1878 r., gdzie kucharze zaprezentowali specjały z tego kraju. Dziś Hortex ułatwia przygotowanie dań z tej kuchni wprowadzając Mieszankę węgierską, dla wszystkich miłośników kuchni węgierskiej oraz tych, którzy chcieliby dopiero rozpocząć z nią przygodę. Znajdziemy w niej pyszne dojrzałe pomidory, słodką czerwoną i zieloną paprykę, delikatną, rozpylająca się w ustach cukinię oraz podkreślającą smak cebulę.

[www.HORTEX.com.pl](http://www.HORTEX.com.pl)



## Nowość od Łowicza: trzy wyjątkowe sosy

Marka Łowicz proponuje trzy nowe aromatyczne sosy: karaibski – słodko-pikantny z cytrusową nutą; seczuański – kwaśno-pikantny z nutą imbiru oraz arabski – smak korzenny z nutą mięty. Dodatkowo do każdego sosu jest dołączony specjalny pojemnik w formie nakładki na wieczko zawierający kompozycję ziół i przypraw charakterystycznych dla regionu, z którego pochodzi danie. Dzięki nowości od Łowicza każdy może przygotować w kilkanaście minut egzotyczne danie, które zawsze się uda. Wystarczy doprawić mięso zawartymi w nakładce przyprawami, podsmażyć, zalać sosem i potrawa gotowa.

[www.AGROSNOVA.pl](http://www.AGROSNOVA.pl)



## Aromatyczny sos neapolitański, to poszerzenie linii sosów pomidorowych Łowicz

Sosy klasyczne Łowicz zawierają wyjątkową kompozycję najlepszych składników: pomidory, jędrne warzywa, aromatyczne zioła i przyprawy. Nowa propozycja Łowicza, pachnący pomidorami i ziołami włoskimi sos neapolitański, już w marcu trafi na półki sklepowe. Sos neapolitański stanowi pomysł na pyszny i łatwy w przygotowaniu obiad dla całej rodziny. Natomiast dla sprzedawców wprowadzenie nowego smaku jest szansą na pobudzenie sprzedaży całej kategorii.

[www.AGROSNOVA.pl](http://www.AGROSNOVA.pl)



## Window Plus Spring Flower

Window Plus Spring Flower to płyn do mycia szyb o bardzo wysokich walorach użytkowych. Starannie dobrane, najwyższej jakości składniki sprawiają, że płyn bardzo dobrze myje szyby oraz lustra. Skutecznie usuwa nawet najtrwalszy, zaschnięty brud i tłuste plamy, a także sprawia że czyszczona powierzchnia pozostaje błyszcząca bez konieczności polerowania. Wysoka jakość gwarantuje uzyskanie krystalicznie czystych, lśniących szyb, bez smug i zacieków. Przeznaczony jest do stosowania w kuchni i w łazience.

[www.GOLDDROP.com.pl](http://www.GOLDDROP.com.pl)



## Produkty do czyszczenia Vento

Stella Pack wprowadza na rynek nową linię produktów do czyszczenia pod marką Vento. Doskonale skomponowane zapachy, innowacyjna formuła czyszcząca, atrakcyjny design oraz atrakcyjna cena sprawiają, że produkty marki Vento stanowią doskonałą propozycję dla każdego, kto potrzebuje szybko i bez wysiłku posprzątać swoje mieszkanie. Areozole bez freonu, płyny do czyszczenia z zapasem gratis oraz produkty do pielęgnacji podłóg z dozownikiem pozwalającym dokładnie odmierzyć potrzebną ilość detergentu to doskonała odpowiedź na potrzeby konsumentów w tej kategorii.

[www.STELLA.com.pl](http://www.STELLA.com.pl)





# MAKARON NR 1 WE WŁOSZECH



100%  
Pszenicy  
Durum



Ponad  
130 lat  
doświadczenia

**Twoi klienci zdążyli nas poznać i polubić.**

✓ Kampania  
TV



✓ Kampania  
Internetowa



✓ Kampania  
PR



✓ Materiały  
POS



✓ Animacja  
sprzedaży



**Pamiętaj! Produkt na półce = Twój zysk!**

Produkty Barilla możesz zamówić również pod numerem 801 003 220. Towar dostarczy Dystrybutor.

# wawel®

Malaga, Tiki Taki, Kasztanki

Kultowe trio na wszystkie  
Twoje NasTroje!

Hit sprzedaży.  
Teraz w nowym opakowaniu!



Silne wsparcie  
mediowe  
LUTY



TV



PRASA

PEŁNA OFERTA NA STRONIE: [wawel.com.pl](http://wawel.com.pl)

Słodki Wawel